

УДК 338.488(476)

Основные направления и перспективы развития туристической отрасли в Республике Беларусь

В.А. Талай, М.В. Пороховская

Учреждение образования «Витебский государственный университет имени П.М. Машерова»

Туризм является одной из важнейших сфер современной экономики. Данный вид деятельности направлен на удовлетворение потребностей людей в ознакомлении с историей, культурой, обычаями, духовными и религиозными ценностями различных стран и их народов.

В статье представлен анализ развития туристической отрасли в Республике Беларусь. Раскрыты условия развития туристической отрасли в нашей стране. Проанализированы данные государственной статистической отчетности, нормативно-правовая база, отражающие развитие туризма. Рассмотрено развитие сетей учреждений, осуществляющих туристическую деятельность, определены проблемы, сдерживающие развитие туризма в Республике Беларусь.

Результаты анализа показали, что туризм, развивающийся устойчиво, позволяет повысить доходы национальной экономики, стимулирует развитие других ее отраслей, укрепляет здоровье населения, развивает инфраструктуру курортов и лечебно-оздоровительных местностей, сохраняет культурное наследие страны.

Ключевые слова: туризм, туристический продукт, инвестиции, туристическая организация, бизнес, рынок.

Main Directions and Prospects of the Development of Tourist Industry in the Republic of Belarus

V.A. Talay, M.V. Porokhovskaya

Education establishments «Vitebsk State P.M. Masherov University»

Tourism is one of the most important spheres of modern economy. This kind of activity is directed at satisfaction of the needs of people in acquaintance with history, culture, customs, cultural and religious wealth of the various countries and their people.

In the article the analysis of the development of tourist industry in the Republic of Belarus is presented. Conditions of the development of the tourist industry in Belarus are disclosed. Data of the state statistical reporting, legal base, reflecting tourism development, are analyzed. Development of networks of establishments carrying out tourist activity, are considered, problems constraining tourism development in the Republic of Belarus are defined.

Results of the analysis showed that tourism, which develops steadily, allows to raise the income of national economy, stimulates the development of other branches of economy, strengthens population health, develops infrastructure of resorts and health improving areas, preserves cultural heritage of the country.

Key words: tourism, tourist product, investments, tourist agency, business, market.

В социальной организации современного общества туризм занимает особое место. Это, пожалуй, самая многосторонняя и динамичная характеристика современной цивилизации, выражающаяся в добровольной временной смене ритма жизни, места проживания и часто — социокультурного окружения в целом. Являясь одной из крупнейших динамично развивающихся отраслей мировой экономики, туризм в настоящее время пытается занять подобающее ему место и в экономике нашего государства. Беларусь, находясь в центре Европы, недостаточно эффективно извлекает выгоду из этого. Ее преимуществами являются не только географическое положение, но и гостеприимство народа,

девственность природы, чистота и ухоженность городских улиц [1–2].

Республика Беларусь — молодое государство с богатой древней историей, расположенное в центре европейского континента на пересечении оживленных транзитных путей (Западная Европа–Россия и Балтия–Причерноморье). Размеры территории Беларуси (207,6 тыс. км) и количество населения (чуть менее 10 млн человек) характеризуются средними показателями среди государств Европы. Преимущества выгодного географического положения страны используются на протяжении тысячи лет — еще в XI–XII вв. по Днепру, Западной Двине и их притокам проходил один из важнейших торговых путей средневеко-

вья «из варяг в греки». Границы Беларуси (с Польшей на западе, Литвой и Латвией на северо-западе и севере, с Россией на востоке и Украиной на юге) с учетом центрального, транзитного расположения республики должны выполнять не барьерные, а контактные функции, в том числе и в развитии туризма. Добрососедские отношения с сопредельными государствами и общность исторического развития служат предпосылками туристского обмена. Совершенствование управления туристической отраслью сегодня является актуальной задачей государства [3–4].

Развитие туризма в любой стране, регионе зависит от целого комплекса факторов, условий и ресурсов. В явном выигрыше те страны, которые имеют море и горы. Несмотря на то, что Беларусь не располагает этими знаковыми для туризма ресурсами, она имеет ряд преимуществ в сравнении с другими странами. Среди них:

- близость к Западной Европе, Скандинавии – туристскому рынку с очень высоким финансовым потенциалом;
- соседство со странами Балтии, России, Польши, являющееся серьезным ресурсом к развитию приграничного туризма;
- древняя и богатая история, самобытная культура (15 тыс. объектов, имеющих историческую, культурную и архитектурную значимость);
- богатый природный потенциал, самый старый в мире лес – Беловежская пуца и т.д.

На сегодняшний день в большинстве стран мира туризм является одной из крупнейших, высокодоходных и наиболее динамичных отраслей экономики, играет важную роль в стимулировании социально-культурного, политического и физического развития, способствует повышению экономического благосостояния граждан своей страны, подчиняя этой цели выделение ресурсов на привлечение различных сегментов туристического рынка. Передвижение туристов как в международном, так и в национальном масштабах вносит значительный вклад в решение вопросов занятости, приносит доход национальным и региональным структурам, предприятиям и т.д. Развитая туристическая индустрия способствует увеличению поступлений валюты в страну, а также доходов через налоги [5–6].

К сожалению, в нашем государстве туристический бизнес по многим причинам не достиг такого размаха, как за рубежом, изучение экономических и управленческих основ его еще не превратилось в хорошо разработанную отрасль экономической науки, а менеджменту и маркетингу туристских услуг только в последние годы

начали обучать на университетском уровне. В этих условиях тем более актуальным представляется освоение зарубежного опыта, а также исследование отечественной практики использования мировых тенденций развития индустрии туризма.

Во многих странах туристическая деятельность находится под пристальным вниманием государства как одна из самых эффективных и самых перспективных отраслей народного хозяйства, которая по экономическим показателям опередила даже автомобильную промышленность и заняла второе место после компьютерной. Исследования Всемирной туристической организации дают возможность утверждать, что тенденции роста туристической индустрии будут сохраняться и в дальнейшем.

В Беларуси туристская деятельность находится в стадии реформирования и развития. Имеющиеся туристические ресурсы используются не полностью, однако динамика туристского рынка Беларуси свидетельствует о тенденциях к росту числа туристов вообще.

Развитие туристической отрасли как высокоприбыльного сектора экономики является важным фактором социального развития и культурного подъема Беларуси. Можно отметить, что формирование отечественного туристского рынка началось с 1990 г., одновременно шло три процесса:

- распад предприятий старого типа (экскурсионных бюро, бюро путешествий);
- создание новых предприятий, которые впоследствии стали называться туроператорами или турагентами;
- модификация старых туристических предприятий путем перестройки на разработку туристского продукта, имеющего спрос у белорусского потребителя [7–8].

Цель исследования – анализ динамики развития туризма в период с 2008 г. по 2011 г. и выработка предложений по совершенствованию управления туристической отраслью в Республике Беларусь.

Материал и методы. В качестве материалов исследования использовались планирующая и учетная документация туристических фирм г. Витебска, данные Национального статистического комитета Республики Беларусь, Закон Республики Беларусь «О туризме» № 206-З от 09.01.2007 г., Национальная программа развития туризма в Республике Беларусь 2006–2010 гг., Национальная программа развития туризма в Республике Беларусь 2011–2015 гг.

Результаты и их обсуждение. Туризм уже давно рассматривается как одна из наиболее до-

ходных и интенсивно развивающихся отраслей мирового хозяйства. Об этом свидетельствует тот факт, что на долю туризма приходится около 10% мирового валового национального продукта. От правильного построения и эффективной реализации туристической политики зависят

роль и место конкретного государства на рынке международного туризма.

За последние годы в нашей республике произошли значительные перемены в туристической инфраструктуре, увеличилось количество организаций, занимающихся туристической деятельностью (табл. 1).

Таблица 1

**Число организаций, осуществляющих туристическую деятельность
в Республике Беларусь по областям**

Область	Год			
	2008	2009	2010	2011
Витебская	49	68	83	84
Гомельская	34	46	54	54
Могилевская	32	49	50	57
Брестская	61	78	77	73
Гродненская	37	44	46	46
Минская	43	70	70	55
Минск	321	365	403	411
Всего в Республике Беларусь	577	720	783	791

Таблица 2

**Численность иностранных туристов, принятых в Республике Беларусь организациями,
осуществлявшими туристическую деятельность**

Год	2008	2009	2010	2011
Всего туристов	91587	95463	120073	116049
из стран СНГ:				
Казахстан	159	287	166	165
Молдова	148	158	104	40
Россия	50444	56547	80881	83843
Украина	1898	2423	1919	1693
из других стран:				
Австрия	586	471	295	250
Бельгия	239	155	249	120
Германия	3027	2568	2245	2191
Дания	164	185	230	267
Израиль	491	956	925	339
Испания	372	274	582	349
Италия	2672	2531	2275	1816
Кипр	206	314	460	272
Китай	376	391	603	364

Латвия	1425	1550	1409	1550
Литва	2600	2979	4357	3170
Нидерланды	386	475	552	327
Норвегия	302	156	192	–
Польша	2832	3729	4006	2983
Соединенное Королевство	7674	4962	6220	2412
Соединенные Штаты	1168	864	683	527
Турция	6087	4680	4707	3596
Финляндия	962	610	770	560
Франция	1257	1114	808	754
Чешская Республика	464	421	350	334
Швейцария	480	1186	269	–
Швеция	594	604	644	346
Эстония	1166	690	595	464
Япония	393	235	197	269

Проанализировав данные о структуре въездного туристского потока, можно сказать, что приоритетными для Беларуси внешними рынками являются Россия, Литва, Польша, Турция, Соединенное Королевство, Германия (табл. 2).

Основными факторами, сдерживающими развитие въездного туризма в Республике Беларусь, в настоящее время являются:

- образ Республики Беларусь как страны, неблагоприятной для туризма, создаваемый отдельными зарубежными и отечественными средствами массовой информации; действующий порядок выдачи белорусских виз гражданам иностранных государств, безопасность в миграционном отношении, все это не всегда способствует росту въездного туризма в Республике Беларусь;
- неразвитая туристская инфраструктура, высокий моральный и физический износ существующей материальной базы, малое количество гостиничных средств размещения туристского класса (2–3 звезды) с современным уровнем комфорта;
- невысокое качество обслуживания во всех секторах туристской индустрии из-за низкого уровня подготовки кадров и отсутствия опыта в условиях рыночной экономики, в том числе вследствие длительного периода эксплуатации курортно-туристских средств размещения через систему социального страхования;
- несоответствие цены и качества размещения в гостиницах.

С момента приобретения независимости Республикой Беларусь выездной туризм стал активно развиваться. Наиболее посещаемыми отечественными туристами странами остаются: Турция, Украина, Россия, Польша, Болгария, Литва (табл. 3).

Международный выездной туризм (аутгоинг) – одна из наиболее динамично развивающихся сфер бизнеса. С каждым годом туристский рынок становится все более эффективным, формы сотрудничества туроператоров и поставщиков туристских услуг все более разнообразными, специфика обслуживания более сложной.

Анализ выездного потока показывает, что расширяются туристские предпочтения белорусских граждан: наряду с традиционным интересом к странам с теплыми морями, у белорусов все более популярными становятся страны, где пляжный отдых можно совместить с интересной культурно-познавательной программой, а также лечением.

Однако в первой пятерке стран на протяжении многих лет все же доминируют страны исконно «пляжного» туризма, такие, как Египет, Турция и ОАЭ. С большим отрывом от них идут Италия и Испания – страны с огромным историческим прошлым, где действительно можно успешно сочетать отдых у моря с обширной экскурсионной программой. Эта разница объясняется довольно просто: ощутимым отличием в цене.

Касательно туров на отдых можно отметить тенденцию, которая началась примерно с 2006 года. К этому времени все большее количество туристов, уже открывших для себя страны Ближнего Востока и Северной Африки, стали выбирать экзотические страны, такие, как Таиланд, спрос на который постоянно увеличивается. Существует даже мнение, что со временем турпотоки перераспределятся: популярность стран Азии будет все больше расти из-за установления все более доступных цен, белорусские туристы станут открывать для себя

дальние направления, например, страны Карибского бассейна.

У отечественных туристов помимо отдыха у моря также пользуются спросом познавательные туры. В этом сегменте лидируют страны Европы. Самыми популярными направлениями, ежегодно принимающими большое количество туристов из

Беларуси, являются Германия, Чехия, Франция, Италия. Достаточно удобный и относительно дешевый способ посетить сразу несколько европейских стран – это автобусный туризм. Создание Европейского Союза и единой визы делает это возможным. Наибольшим спросом подобный вид туризма пользуется у детских и студенческих групп.

Таблица 3

Численность туристов, отправленных за рубеж организациями, осуществлявшими туристическую деятельность

Год	2008	2009	2010	2011
Всего туристов	380349	316322	414735	319795
из стран СНГ:				
Казахстан	–	–	–	–
Молдова	–	–	–	–
Россия	30029	20862	25792	21752
Украина	137338	97662	132282	79748
из других стран:				
Австрия	402	395	418	514
Болгария	19665	21881	30802	25774
Венгрия	1412	1120	1259	692
Германия	1071	1110	1377	1512
Греция	1940	3395	4299	5075
Египет	44282	43902	50831	30131
Израиль	969	573	783	660
Испания	3534	3159	3992	3712
Италия	6725	4685	5866	5644
Кипр	1137	1194	2128	2070
Китай	709	687	724	550
Латвия	1127	1562	1419	1311
Литва	8491	7912	13946	17829
Объединенные Арабские Эмираты	1694	1647	1863	3243
Румыния	7652	3357	2154	1339
Польша	7197	10662	21420	31936
Соединенное Королевство	747	782	575	708
Словакия	1248	979	599	678
Таиланд	1083	1285	1626	1976
Тунис	2041	1657	1676	105
Турция	74730	65094	83427	58231
Франция	6 027	4411	5074	4048
Чешская Республика	11101	7989	8979	8121
Хорватия	974	788	940	635
Черногория	3625	3066	4075	3979

Таблица 4

Распределение гостиниц и аналогичных средств размещения по типам (Республика Беларусь)

Тип организаций	Год			
	2008	2009	2010	2011
Число организаций – всего	312	331	359	444
в том числе:				
гостиницы и гостиничные комплексы	282	297	310	349
в том числе по категориям:				
*****	1	1	2	2
****	3	3	3	3
***	17	20	31	24
**	1	2	4	5
*	–	2	3	–
без категории	260	269	267	315
мотели	2	1	3	2
другие виды	28	33	46	93

Таблица 5

Распределение санаторно-курортных, оздоровительных организаций и других специализированных средств размещения по типам организаций (Республика Беларусь)

Тип организаций	Год			
	2008	2009	2010	2011
Число организаций – всего	315	324	334	421
в том числе:				
санатории	67	67	67	73
детские реабилитационно-оздоровительные центры	14	13	13	13
дома отдыха	6	5	4	3
пансионаты	2	2	2	1
базы отдыха	85	85	83	93
туристско-оздоровительные комплексы	5	6	6	6
туристские базы	8	8	12	19
другие специализированные средства размещения	128	138	147	213

Беларусь является одной из немногих стран Европы, не имеющих международных цепей отелей, сеть которых концентрирует 1/3 мирового гостиничного фонда и новейшие технологические достижения. Зарубежная практика свидетельствует, что особенно быстро гостиничный фонд увеличивается в столицах и крупных туристских центрах, где размещаются высококатегорийные отели и представлены известные международные гостиничные цепи США, стран Западной Европы. Например, в Чешской Республике 25% гостиничного фонда находится в Праге, где размещаются такие известные международные

гостиничные цепи, как «Марриот» (США), «Кемпински» (Таиланд). В России большинство цепей расположено в Москве и Санкт-Петербурге. Здесь наиболее широко представлены австрийская гостиничная цепь «Марко Поло», «Рэдиссон» (США), «Аккор» (Франция), «Кемпински». Рынок России в настоящее время привлекает и другие гостиничные компании, например, такие, как «Хилтон», «Чойс Хоутелз Интернейшнл» (США) и др.

Если посмотреть на то, как распределяется процентное соотношение гостиничного фонда по областям республики, то можно сделать вывод,

что самый большой процент гостиничного фонда находится в Минской области – 19,7%, затем Гомельская область – 16,5%, Брестская – 16,2%, Витебская – 14,8%, Могилевская – 13,4%, Гродненская – 9,8%. Большинство иностранных граждан, посещающих Беларусь, приезжают в Минск и Минскую область. На основе этого можно судить о том, что Минская область и столица – город Минск являются основными туристическими центрами. Что касается средней загрузки гостиниц республики, то она составляет 49% (табл. 4).

Более шестидесяти малых городов сохранились сегодня в Беларуси. Если посмотреть справочник, то почти в каждом из них можно найти гостиницу. Но в большинстве случаев это будет дом, малоприспособленный для комфортного проживания. Между тем именно в малых городах государство видит будущее отечественного туризма (табл. 4–5).

Классификация гостиниц по категориям проводится согласно ГОСТу 28681.4-95 «Туристско-экскурсионное обслуживание. Классификация гостиниц» и основана на комплексе требований к зданию и прилегающей территории, техническому оборудованию и оснащению, номерному фонду, санитарным объектам общего пользования, общественным помещениям и помещениям для предоставления услуг питания и ряда других, а также к отельному персоналу и его подготовке. Проведение сертификации с одновременной классификацией гостиниц на категории от одной до пяти звезд, а мотелей – от одной до четырех звезд позволяет потребителям достаточно точно представлять уровень обслуживания и предоставляемых услуг в отеле. Обладателем первого сертификата и категории «три звезды» стал гостиничный комплекс «Нафтан» (Новополоцк), затем СП ООО «Минский международный образовательный центр», гостиница «Планета», РУП «Гостиничный комплекс «Юбилейный»», гостиница «Турист» (Гомель), три гостиницы ГПУ НП «Беловежская пуща», гостиница «Эридан» (Витебск), гостиничный комплекс «Орбита» (Минск), РУП «Республиканский горнолыжный центр «Силичи»». Категория «четыре звезды» присвоена РУП «Отель «Минск»», гостинице «Лучеса» (Витебск) и гостинице «Виктория» (Минск). Сертификация гостиниц в республике проходила на добровольной основе. Анализируя информацию, можно сказать, что те гостиницы, которые получили сертификат, в основном находятся в крупных городах или областных центрах. Из этого следует, что большинство гостиниц Беларуси скорее всего не имеют возможности получить сертификат из-за трудностей матери-

ально-технической базы и уровня обслуживания (табл. 5).

Проблемы, сдерживающие развитие туристической отрасли в Республике Беларусь:

1. Сохраняется тенденция к преобладанию выездного туризма над въездным.

2. По большинству компонентов и характеристик системы туристского обслуживания Республика Беларусь не достигла приемлемого уровня в соответствии с международной практикой, так как крайне медленно осуществляется переход на принятые в международной практике стандарты качества туристских услуг и обслуживания туристов. Явно завышены и не соответствуют качеству цены на предоставляемые услуги для иностранных туристов. В результате стоимость отдыха в белорусских курортах приближается к стоимости отдыха в Одесской области, включая и проезд, однако уровень сервиса отечественных гостиниц, существующая в них ценовая дискриминация (по гражданству), от которой уже отказались Россия и Украина, отсутствие сезонных скидок являются огромными проблемами, препятствующими развитию туризма в Беларуси.

3. В настоящее время Республика Беларусь мало известна на мировом туристском рынке как самостоятельное государство, имеющее древнюю историю, богатую культуру, разнообразную природу. Слабо развита система маркетинга национального туристского продукта и его продвижения на мировом и внутреннем рынках, низок туристский рейтинг Республики Беларусь, отсутствует реальное сотрудничество с зарубежными фирмами и международными туристскими организациями.

4. Материально-техническая база туризма на 70–80% нуждается в реконструкции. Состояние материально-технической базы – одна из самых существенных проблем в современном туризме. Например, расходы на аренду транспорта для турфирм составляют до 50% себестоимости. Государство не может осуществлять значительных инвестиций в отрасль, частный капитал не рискует вкладывать средства, что отрицательно сказывается на развитости инфраструктуры туризма в крупных городах, резко снижает там качество туристских услуг. Для ее развития необходимо искать пути привлечения отечественных и иностранных инвестиций, без которых невозможно реконструировать имеющиеся и построить новые туристские комплексы, гостиницы, развлекательные центры.

5. Не сформирована целостная система подготовки, переподготовки и повышения квалификации специалистов для сферы туризма. Не определе-

ны потребности в специалистах различных уровней. Не разработан перечень туристских профессий и квалификационных требований к ним. Уже начинается недостаток «узких» специалистов с хорошими знаниями в области финансов, страноведения, компьютерных технологий, работы с персоналом, культурологии и др. направлениях.

6. Сравнительно низкая покупательная способность населения на туристские услуги не позволяет обеспечивать высокую доходность отрасли только за счет внутреннего туризма и оказывает негативное воздействие на развитие детского, молодежного, самодеятельного, спортивного и экологического туризма. Недостаток бюджетных средств на дотации в социальный туризм приводит к недоступности участия в путешествиях основной массы населения, особенно социально незащищенных слоев [Национальная программа развития туризма в Республике Беларусь 2006–2010 гг.].

Основные направления развития туризма в нашей стране имеют следующие подразделы (согласно Национальной программе развития туризма в Республике Беларусь 2006–2010 гг., 2011–2015 гг.):

- «Кадровое, научное и учебно-методическое обеспечение в сфере туризма»;
- «Маркетинг туристических услуг»;
- «Развитие объектов туристической индустрии».

Подраздел «Кадровое, научное и учебно-методическое обеспечение сферы туризма» направлен на:

- обеспечение качественного обслуживания в туристической индустрии;
- формирование современного эффективного и конкурентоспособного туристского рынка с профессиональными управленческими и педагогическими кадрами;
- подготовку кадров в соответствии с приоритетными направлениями развития отечественного туризма;
- переподготовку, повышение квалификации кадров, получение последипломного образования;
- формирование кадрового, научного и учебно-методического обеспечения туризма;
- внедрение в туристическую деятельность передового отечественного и зарубежного опыта, участие научно-педагогических кадров и специалистов туристической индустрии в международной деятельности;
- привлечение к научным исследованиям компетентных специалистов в сфере туризма, кадров высшей научной квалификации;

- разработку экскурсий, туров, туристических маршрутов с активными способами передвижения с использованием современных технических средств;

- открытие специализаций по специальностям в сфере туризма и гостеприимства I и II (магистратура) ступеней высшего образования;

- разработку в регионах страны маршрутов по культурно-познавательному, экологическому и другим видам туризма, с активными способами передвижения.

Осуществление данных мероприятий будет способствовать формированию профессиональной, экономической, организационной и правовой культуры руководителей и специалистов в сфере туризма.

Выполнение мероприятий настоящего подраздела позволит обеспечить потребности туристической индустрии в кадрах, содействовать решению проблем занятости населения, в первую очередь молодежи, оказывать качественные экскурсионные и туристические услуги гражданам Республики Беларусь и иностранным туристам.

Подраздел «Маркетинг туристических услуг» направлен на реализацию комплекса мероприятий по формированию, продвижению и позитивному развитию привлекательного для туризма образа Республики Беларусь, в том числе:

- повышение роли интернет-технологий в продвижении туристических услуг;
- развитие сети туристических информационных центров (на бюджетной и внебюджетной основе) как основы объединения в единую мировую туристическую услугопроводящую сеть;
- расширение сотрудничества на международной арене, в первую очередь, с международными организациями и межправительственными образованиями.

Выполнение указанного комплекса мероприятий позволит более эффективно использовать туристические ресурсы, интегрироваться в мировое туристическое сообщество, повысить доступность экспортного туристического потенциала Республики Беларусь.

Подраздел «Развитие объектов туристической индустрии» направлен на эффективное использование имеющихся туристических ресурсов, модернизацию материальной базы туристической индустрии, применение неиспользуемых зданий и сооружений под объекты туристической индустрии, а также обустройство необходимой инфраструктуры водных ресурсов, национальных парков, зон отдыха, санаторно-курортных и оздорови-

тельных организаций, автомобильных дорог, а также строительство новых объектов.

Одной из приоритетных задач является привлечение инвестиций в туристическую индустрию, в том числе при строительстве объектов придорожного сервиса, а также коллективных и индивидуальных средств размещения в административных районах страны.

Особую актуальность приобретает развитие всех видов туризма, основанных на природном потенциале страны, в том числе:

– транзитного и трансграничного туризма. Исходя из геополитического положения страны программой предопределены:

- развитие придорожной сети туристской инфраструктуры, позволяющей организовать отдых в течение нескольких дней, включая посещение близ расположенных туристских достопримечательностей;

- организация трансграничных туристских маршрутов, включающих посещение туристских объектов пограничных государств;

- создание туристских центров вдоль основных транспортных коридоров, в первую очередь на основе малых исторических городов с ценным историко-культурным наследием (Мир, Несвиж, Слоним, Заславль, Кобрин, Коссово и др.);

– водного туризма. Данный вид туризма может быть реализован в виде краткосрочных прогулок на пассажирских судах, включенных в комбинированные многодневные туристские маршруты и путешествия белорусских и иностранных туристов на комфортабельных судах по водным путям республики. С учетом географического расположения судоходных рек Беларуси развитие данного вида туризма предусматривается:

- на Днепро-Бугском канале и реке Припять от Бреста до Мозыря;

- на реках Березина, Днепр, Сож от Борисова до Гомеля;

- через организацию и проведение водных маршрутов на спортивных судах типа «байдарка», малогабаритных весельных лодках по Березинской водной системе, Августовскому, Огинскому, Днепро-Бугскому каналам;

- посредством создания пунктов проката с флотом (лодки прогулочные, походные, байдарки, каяки, водные велосипеды), групповым и личным туристским снаряжением, необходимым инвентарем для активного отдыха;

- через строительство пассажирских судов соответствующего класса и уровня комфортно-

сти, создание береговой и плавучей инфраструктуры в опорных точках маршрутов;

– познавательного туризма. Основой для развития познавательного туризма является использование культурно-исторического наследия Республики Беларусь и общности истории и культуры Беларуси со странами-соседями. Программой предусматривается:

- создание условий для формирования туристско-экскурсионных маршрутов для разных категорий населения по местам важных исторических событий и деятельности выдающихся исторических личностей этих народов на территории нашей республики;

- более эффективное использование возможностей имеющихся туристских ресурсов для организации ностальгических туров для выходцев из Беларуси и их потомков, проживающих сейчас в других странах;

- более активное вовлечение молодежи к путешествиям по родному краю в целях воспитания уважения к историческому прошлому;

– агро- и экотуризма. Программой предусматриваются следующие направления развития агротуризма:

- создание туристских деревень на основе существующих сельских поселений с традиционной народной деревянной архитектурой, расположенных в живописной местности;

- активизация использования резервов сельского населения посредством организации сельских туров с проживанием и питанием в деревенских домах;

- создание агротуристских комплексов на базе сельскохозяйственных производственных кооперативов.

Основными направлениями развития экологического туризма в Беларуси являются: организация туристских походов в нетронутые уголки природы; фотоохота на редких зверей и птиц, находящихся в естественных условиях; туры по болотам, знакомство с их флорой и фауной;

– спортивного туризма. Рост популярности здорового образа жизни, спортивные традиции, доступность использования имеющейся инфраструктуры предопределили три основных направления в развитии спортивного туризма:

- оздоровление нации через развитие активных форм туризма;

- развитие «фанат-туризма» через организацию туристских маршрутов с посещением массовых спортивных мероприятий;

- возрождение туристско-спортивных клубов;

– рекреационного и оздоровительного туризма. Основой для его развития является более эффективное использование природных ресурсов и имеющейся инфраструктуры. В этой связи предусматриваются:

- более широкое использование в туристских целях имеющейся санаторно-курортной базы республики;
- обновление имеющейся и создание новой инфраструктуры, расширение спектра предлагаемых туристских услуг в местах отдыха и оздоровления;
- создание летних туристско-оздоровительных лагерей, кемпингов, оборудованных стоянок;

– делового туризма. Рост деловой активности, расширение международных контактов являются серьезными предпосылками для развития делового туризма. Основное внимание будет уделено:

- развитию туристско-экскурсионных услуг для участников международных конгрессов, конференций, симпозиумов; организации международных торговых выставок, ярмарок; созданию условий для оказания туристско-экскурсионных услуг бизнесменам, работающим в Республике Беларусь;

– религиозного туризма. Определены следующие направления его развития:

- использование потенциала основных религиозных конфессий;
- организация паломнических туров;
- организация туров по местам религиозных святынь [4–5].

Заключение. Туризм является одной из важнейших сфер современной экономики. Данный вид деятельности направлен на удовлетворение потребностей людей в ознакомлении с историей, культурой, обычаями, духовными и религиозными ценностями различных стран и их народов.

Во многих государствах и регионах туризм становится важной сферой деятельности и оказывает благотворное влияние на развитие других секторов экономики, включая гостиничное хозяйство, транспорт и коммуникации, строительство, сельское хозяйство, розничную торговлю, производство и торговлю сувенирами и др., являясь катализатором их развития.

Устойчивое развитие туризма – процесс длительной перспективы, требующий поступательных грамотных решений в краткосрочном периоде. Для этого необходимы:

- разработка рекреационных и экскурсионных программ;
- внедрение приемлемых стандартов обслуживания;

- формирование определенных традиций гостеприимства;

- внедрение нововведений и широкое использование информационных технологий;

- развитие маркетинговой стратегии в сфере туризма;

- создание современной инфраструктуры гостиничного и санаторно-курортного хозяйств;

- совершенствование ценовой политики при создании белорусского турпродукта, способного конкурировать с соседними государствами;

- дальнейшее развитие системы управления туристическим комплексом и нормативно-правовой базы;

- совершенствование учета в сфере туризма;

- изменение содержания и структуры образования и науки в туристической индустрии.

В целом же туризм, развивающийся устойчиво, позволяет повысить доходы национальной экономики, стимулировать развитие других отраслей, укрепить здоровье населения, развить инфраструктуру курортов и лечебно-оздоровительных местностей, сохранить культурное наследие и природные лечебные ресурсы.

ЛИТЕРАТУРА

1. Национальный интернет-портал Республики Беларусь [Электронный ресурс] / Нац. центр правовой информ. Респ. Беларусь. – Режим доступа: <http://www.belarustourism.by>. – Дата доступа: 25.05.2013.
2. О туризме: Закон Республики Беларусь от 25 ноября 1999 г. – № 326-З (с изменениями и дополнениями).
3. О некоторых мерах государственной поддержки развития туризма в Республике Беларусь: Указ Президента Республики Беларусь от 2 июня 2006 г., № 371 (с изменениями и дополнениями).
4. Об утверждении Национальной программы развития туризма в Республике Беларусь на 2008–2010 годы: Постановление Совета Министров Республики Беларусь от 21 декабря 2007 г., № 1796.
5. Об утверждении Национальной программы развития туризма в Республике Беларусь на 2011–2015 годы: Постановление Совета Министров Республики Беларусь от 24 марта 2011 г., № 373.
6. Гайдукевич, Л. Туристическая политика Республики Беларусь в условиях рыночных преобразований / Л. Гайдукевич // Журн. междунар. права и междунар. отношений. – 2008. – № 2. – С. 26–29.
7. Карчевская, Е.Н. Организация туризма и экскурсионного обслуживания в Республике Беларусь / Е.Н. Карчевская. – Гомель, 2008. – 58 с.
8. Квартальнов, В.М. Теория и практика туризма / В.М. Квартальнов. – М.: Финансы и статистика, 2010. – 386 с.
9. Павловская, О.В. Перспективы развития туристской индустрии в Республике Беларусь / О.В. Павловская // Личность–слово–социум: материалы VII Междунар. науч.-практ. конф., Минск, 11–12 апр. 2007 г.: в 3 ч. – Минск: Паркус плюс, 2007. – Ч. 2. – С. 49–52.
10. Решетников, Д.Г. Факторы формирования конкурентоспособного туристского комплекса Беларуси / Д.Г. Решетников // Белорусск. эконом. журнал. – 2002. – № 2. – С. 41–47.
11. Стрельчик, Е.С. Проблемы развития туризма в Республике Беларусь / Е.С. Стрельчик // Предпринимательство в Беларуси: опыт становления и перспективы развития: материалы V Междунар. науч.-практ. конф., Минск, 15–16 апр. 2008 г.: в 2 ч. – Минск: БГПУ, 2008. – Ч. 2.
12. Тарасенок, А.И. Туристический комплекс Беларуси: организация управления, пространственный базис, компетенции // Белорусск. эконом. журнал. – 2009. – № 2. – С. 92–106.

Поступила в редакцию 24.06.2013. Принята в печать 21.10.2013
Адрес для корреспонденции: e-mail: kssiig@mail.ru – Талай В.А.