

ВЪЕЗДНОЙ ТУРИЗМ В БЕЛАРУСИ

Заблоцкая Е.В.,

студентка 3 курса ВГУ имени П.М. Машерова, г. Витебск, Республика Беларусь

Научный руководитель – Янкевич Е.М., ст. преподаватель

Туризм в наше время является одной из наиболее развивающихся отраслей национального хозяйства. Особое внимание уделяется въездному туризму, так как этот вид международного туризма имеет максимальную экономическую эффективность.

Актуальность выбранной темы заключается в важности въездного туризма, как сферы деятельности, оказывающей огромное влияние на все отрасли хозяйства страны, и оценки их влияния на состояние принимающей страны, ответы на эти вопросы и являются целью данной работы.

Целью исследования является выявление роли и значения въездного туризма для Беларуси, а так же его развитие в настоящее время.

Материал и методы. Материалом исследования послужили данные Национального статистического комитета, мнения экспертов, интернет-ресурсы туроператоров на рынке белорусского въездного туризма, использовались эмпирические методы исследования: наблюдение, сравнение и теоретические методы исследования: описательный, анализ и синтез, обобщение.

Результаты и их обсуждение. Въездной туризм является для любой страны серьёзным фактором макроэкономической стабилизации, который сглаживает противоречия торгового баланса, обеспечивая приток в страну валюты, улучшает рост сферы услуг, позволяет вовлечь во внешнеэкономическую деятельность неконкурентоспособные отрасли хозяйства и тем самым значительно расширить экспортные возможности территории. Доходы от въездного туризма, наряду с поступлениями от транспортных перевозок, страховых и банковских операций, информационных, экспертных и многих других услуг также способствует повышению величины валового национального продукта страны. Поэтому развитие туризма является одним из приоритетных направлений социально-экономического развития Республики Беларусь. Данная отрасль взята под особую опеку государства [2].

Организацией приёма иностранных туристов на территории Республики Беларусь занимаются около 20% от зарегистрированных туристических предприятий. Туроператоров, специализирующихся на развитии въездного туризма или инкаминга, именуют рецептивными. Они формируют туры и программы обслуживания на месте приёма и обслуживания туристов, используя при этом прямые договоры с поставщиками услуг.

В результате исследования нами выявлено, что наибольшей популярностью пользуются на рынке белорусского въездного туризма такие туроператоры:

- «Виаполь». Одна из инкаминговых компаний, не имеющая советских («интуристовских») или административных «корней», созданная усилиями кандидата географических наук Галины Потаевой. С самого начала появления на рынке в начале 1990-х годов компания занималась развитием экскурсионных маршрутов и сумела предложить адекватный национальный турпродукт российскому туристу.

«Виаполь» буквально царит на поле приема российских экскурсантов, создав стройную схему реализации подобных туров и постоянно развивая маршруты.

- «Вокруг света». Основной сегмент работы фирмы – так называемые цепочные туристы. Фирма занимается приемом туристов со всего мира, которые прибывают в Беларусь в рамках комбинированных маршрутов, включающих сразу несколько стран в нашем регионе, например, Беларусь–Украина–Россия или Литва–Беларусь–Украина. В составе таких групп – в основном американские, японские, западноевропейские пенсионеры.

- «БеларусТурСервис». Выходец из былого «Беларусьтуриста», глава компании Геннадий Левшин изначально сделал ставку на прием индивидуальных туристов из дальнего зарубежья и благодаря опыту и профессионализму развивает этот вектор. Компания много сил и средств вкладывает в технологии, поскольку для самостоятельного западного туриста очень важна возможность простого бронирования различных услуг в Беларуси. Кроме американских и

западноевропейских индивидуалов, компания успешно обслуживает группы китайских и японских туристов.

- «Прайм Тур». Фирму возглавляет Наталья Лисовская, поскольку компания «профилируется» на перспективном немецком секторе. Туристы из Германии, вслед за японскими, являются самыми активными путешественниками в мире. В Беларусь группы немецких туристов прибывают в рамках так называемых военных туров. Первая и Вторая мировые войны оставили много следов на нашей земле, и некоторое количество граждан Германии приезжают в Беларусь, чтобы навестить могилы родственников либо поучаствовать в совместных белорусско-германских антивоенных акциях.

- «Дитриб». Еще одна фирма с достаточно четким профилем работы в области въездного туризма. Одним из руководителей компании является Игорь Чернозипунников. Кроме приема индивидуальных западных и российских туристов, компания специализируется на охотничьем туризме. Охотники – один из самых стабильных инкаминговых сегментов белорусского туризма.

- «ЦентрКурорт». Собственник этой туристической структуры – Управление делами президента. Компания работает на прием российских экскурсантов, но основной въездной профиль – это все же организация отдыха российских граждан в белорусских санаториях. Как помним, именно «ЦентрКурорт» выиграл тендер на звание главного оператора по приему туристов на прошлогоднем ЧМ по хоккею.

- «Белинтурист». Вот уже несколько лет компания является структурным подразделением «ЦентрКурорта». На сегодняшний день «Белинтурист» обслуживает прием гостей на крупных спортивных и других мероприятиях.

- «Минсктурист», «Беларустурист». На сегодняшний день компании, работающие под крылом Федерации профсоюзов Беларуси, заняты экскурсионным обслуживанием корпоративных российских групп и индивидуалов. Одним из основных векторов является прием групп российских школьников.

- «БелАгроТрэвел». Относительный, но очень яркий новичок на рынке въездного туризма. Компания, руководимая Филиппом Гулым, эффективно продвигает свои возможности на российском рынке, торгуя различными экскурсионными маршрутами и санаторными путевками.

- «Топ-Тур». Единственная в списке компания, которая одновременно входит в десятку фирм, лидирующих в выездном туризме. В инкаминге профиль фирмы – охотничьи туры, прием корпоративных групп, обслуживание мероприятий, медицинский туризм.

Здесь предлагается лишь десятка компаний, профиль и публичная деятельность которых позволяют говорить об их значительном весе в расстановке сил в сфере непростого белорусского инкаминга. Есть еще не менее десяти фирм, которые также достаточно успешно работают на огромном российском рынке. Отдельные компании специализируются на медицинском туризме. Кроме того, не секрет, что существуют такие сегменты въездного туризма, как прием игроков в казино и обслуживание турецких и итальянских «мальчишников». Обслуживанием этих групп понемногу занимается несколько фирм. Но ранее, когда данный сегмент четко выделялся (подобных гостей к нам в страну прибывало гораздо больше), существовали узкоспециализированные компании, которые занимались только данным приемом [3].

В результате исследования выяснилось, что бы стимулировать приток иностранных туристов Беларусь облегчала свой визовый режим постепенно. В 2015 году Беларусь пустила иностранцев на три дня без виз в Беловежскую пушу. В 2016 году Беларусь разрешила иностранцам посещать без виз Августовский канал, Гродно и Гродненский район через наземные пункты пропуска, с нахождением в этих районах до 5 суток. Эксперимент признали успешным. Следующим шагом стало объявленный Белоруссией 12 февраля 2017 года пятидневный безвизовый режим для граждан 80 стран (в том числе 39 государств Европы, США, Бразилии, Индонезии, Японии, Южной Кореи и др.). Условием было прибытие туриста авиатранспортом в международный аэропорт Минска на международном рейсе. Еще одно условие ставилось для граждан Вьетнама, Гаити, Гамбии, Гондураса, Индии, Китая, Ливана, Намибии, Самоа: у туристов из этих стран требовалось наличие в загранпаспорте действительной многократной визы государств ЕС или Шенгенской зоны с отметкой о въезде на их территорию, а также обратных авиабилетов на даты в течение 5 дней с момента въезда.

Российских граждан нововведения не касаются – они въезжают в Белоруссию как и ранее, свободно, как граждане Союзного государства Российской Федерации и Беларуси.

Так, по итогам «безвизового» 2017 года, въездной туристический поток в Белоруссию увеличился всего на 3,5%. Однако эффект от «безвиза» налицо – столь скромные показатели общего роста объясняются преимущественно почти 20%-ным сокращением украинского въездного потока в Белоруссию, а вот количество туристов из стран ЕС – выросло в разы. Общее количество туристов из ЕС в 2017 году, согласно данным Белстат, достигло 70089 человек (прирост на 151% в годовом выражении). Согласно Белстат, почти 68% всего въездного турпотока в Белоруссию в 2017 году составили граждане России, в годовом выражении их число возросло на 11%. На втором месте - Литва – 26 182 (доля в турпотоке 9,3%, прирост на 348% к 2016 году). На третьем – месте Польша (доля в турпотоке 8%, 22 686 туристов, годовой прирост на 184%). На четвертом – Латвия (6 533 человек, прирост на 120%). Растут не только приграничные рынки – за прошлый год в Белоруссии почти вдвое (99,5%) увеличилось количество китайских туристов, заметен рост числа туристов из Турции, Германии, Великобритании [4].

Что касается этого года то за 6 месяцев 2018 года иностранцы въезжали и выезжали из Республики Беларусь 2,13 млн и 2,27 млн раз соответственно. Наибольшее количество Государственную границу Беларуси пересекали граждане Украины, России, Литвы, Молдовы, Польши и Германии.

Основные цели въезда и пребывания иностранцев в Беларуси: гостевые, служебные, туризм, трудовая деятельность, а также транзитный проезд через территорию республики [1].

Заключение. Изучив состояние въездного туризма в Республике Беларусь, можно сделать определенные выводы. Что въездной туризм на современном этапе развивается уверенными темпами и государство делает шаги для улучшения данной отрасли экономики, но по результатам исследования можно сказать, что результат есть, но он невелик. Необходимо постоянно позиционировать нашу страну за рубежом, что бы приносить значительный доход в государственный бюджет.

1. В Белоруссии растет количество иностранных туристов [Электронный ресурс] - Режим доступа: <https://eadaaily.com/ru/news/2018/06/25/v-belorussii-rastet-kolichestvo-inostrannyh-turistov> . Дата доступа: 10.09.2018.

2. Въездной туризм [Электронный ресурс] – Режим доступа: https://studbooks.net/607230/turizm/vezdnoy_turizm#23 . Дата доступа: 10.09.2018.

3. Кто и как в Беларуси занимается въездным туризмом? [Электронный ресурс] - Режим доступа: <http://www.tio.by/info/turbiznes/Kto-i-kak-v-Belarusi-zanimaetsya-vezdnym-turizmom/> . Дата доступа: 10.09.2018.

4. Расширенный «безвиз» в Белоруссии и российский турпоток: мнения экспертов [Электронный ресурс] – Режим доступа: <http://www.pitert.ru/news/rasshirennyi-bezviz-belor> . Дата доступа: 09.09.2018.

РАЗВИЦЦЁ БРЭНДА ГОРАДА ГРОДНА

Каляндовіч В.А.,

студэнтка 2 курса ГрДУ імя Янкі Купалы, г. Гродна, Рэспубліка Беларусь

Навуковы кіраўнік – Сецько А.А., канд. фіз.-мат. навук, дацэнт

Гродна – адзін са старэйшых гарадоў Беларусі, ён валодае вялікім патэнцыялам для развіцця свайго брэнда, і гарадскія ўлады шмат чаго робяць ў гэтым накірунку.

Актуальнасць дадзенага даследавання вызначаецца неабходнасцю развіцця сістэмы ў індустрыі турызму і гасціннасці. Брэндынг горада – гэта працэс свядомага і мэтанакіраванага фарміравання брэнда горада, гэта значыць пошуку, выказвання і развіцця гарадской ідэнтычнасці, а таксама прадстаўлення яе ў яркіх, узаемазвязаных вобразах, прывабных для мэтавых аўдыторый [1].

Брэндзіраванне робіць горад прывабным для турыстаў, для інвестараў і саміх жыхароў; дапамагае развіваць інфраструктуру мясцовасці і павышае якасць жыцця жыхароў горада; павялічвае ўплыў горада на ўнутранае развіццё краіны; дапамагае пабудаваць партнёрскія адносіны з прыватнымі арганізацыямі, асобамі.