

## ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ ТУРИЗМА БЕЛАРУСИ

Г.Г. Скопец, магистрант,

М.Т. Козинец, кандидат экономических наук, доцент,

Брестский государственный технический университет, [halina\\_skop@mail.ru](mailto:halina_skop@mail.ru)

К одной из динамично развивающихся сфер экономики относят туризм, отличающийся высокой доходностью. По оценкам экспертов Всемирной туристской организации, в 2007 году численность международных прибытий составила 898 млн. человек, а поступления от туризма превысили 880 млрд. долларов. Туристские услуги проявляются в научном сотрудничестве, в культурных и торговых связях между регионами, в создании совместных экскурсионных центров или международных маршрутов и т.д.

Сегодня на туристском рынке происходят значительные изменения в структуре спроса и предложения, связанные с высокой информационной загруженностью и интенсивностью повседневной жизни европейцев и белорусов.

Таблица 1 Целевые установки туристов из Западной Европы и Беларуси

Периоды	Цели и мотивы	
	туристов из Западной Европы	белорусских туристов
60-70-е годы XX века	Потреблять блага цивилизации в полном объеме; баловать себя, ни о чем не заботиться	Пассивный отдых (загорать и купаться на побережье)
80-90-е годы XX века	Смена впечатлений Наслаждение близостью природы	Отдых в малой компании Бизнес
начало XXI века	Поиск удовольствий и участие в процессе его получения; участие в экосистеме «человек-природа»; индивидуальный активный отдых	Самообразование Престиж в обществе

Источник: собственная разработка на основе Дурович А.П. Маркетинг в туризме

Современный рынок услуг отличается жесткой конкуренцией, поэтому для многих регионов совершенствование туристических продуктов стало стратегией развития национальной экономики.

Согласно прогнозам ЮНВТО, к 2020 году свою популярность увеличат туристские направления стран Юго-Восточной Азии, Китая, США, Франции, Италии, при этом доля в структуре ВВП от туризма стран колеблется от 3,4 до 90 % (у острова Макао).

Значительные темпы развития туризма и поступления валюты активно воздействуют на отдельные сектора экономики и на формирование многогранной индустрии туризма. Интеграция и проникновение туристских связей во все сферы приводит к необходимости их оптимизации.

На современном этапе трансформации экономики Беларуси приоритетным направлением выступает наращивание инновационного потенциала, в том числе направления совершенствования необходимо ориентировать на туристический бизнес. Например, производство белорусских автобусов способствует модернизации подвижного состава, а как следствие повышает конкурентоспособность национального туристического комплекса.

Для Республики Беларусь необходимо развивать нетрадиционные виды туризма, которые сопряжены с рядом отраслей промышленности, лесным и сельским хозяйством:

- Аграрный туризм (фольклорные туры и этнографические маршруты синсценировками обрядов или событий прошлых лет).
- Экологический туризм (отдых в экологических зонах и центрах, охота). Например, с 1997г. во всех странах мира ежегодно 2 февраля празднуется

Всемирный день водно-болотных угодий, в 2009 году впервые он отмечается в республиканских заказниках «Средняя Припять» и «Лунинский», привлекая внимание общественности к необходимости управления бассейнами рек и сохранения водных артерий в естественном состоянии. С учетом экологизации мышления туристов необходимо увеличивать число экологических туристских центров, а использование технологических инноваций расширит возможности для приема туристов, увеличит комфортность их пребывания в регионе и т.д.

- Экстремальный туризм (посещение непроходимых болот и лесов).
- Научно-образовательный туризм (исследование территорий загрязненных радиацией, туры по историческим местам, концерты и спектакли в музеях).

Кроме того, для Беларуси необходимо совершенствовать информационную инфраструктуру гостиниц, музеев и туристических субъектов, использовать нетрадиционные способы оказания туристических услуг (участие в транзитных маршрутах с привлечением иностранных и белорусских туристов), что повысит привлекательность страны и повысит доход сопряженных отраслей.

Применение маркетинговых нововведений при продвижении национального туристического продукта позволит решить проблему слабой известности Беларуси на мировом туристическом рынке, при этом необходимо использовать государственное и частное финансирование. Например, саммит «Дистрибуция и онлайн маркетинг» (который пройдет в рамках туристической недели 18 и 19 марта 2009 года в г. Москва), организованный совместно с британской компанией EueforTravel и интернет порталом страны о туризме Holiday.by, предложит новые системы взаимодействия с клиентами.

В итоге, следует подчеркнуть, для успешной работы в сфере туризма необходимо учитывать происходящие изменения на рынке туристских услуг, формировать продуктовую стратегию с учетом новых целей путешествий. Предлагая на рынок турпродукты, дополнять их реализацию комплексом маркетинга.

С учетом роста международных поездок и изменения их направленности белорусским туристским фирмам стоит расширить географию туров для национальных и иностранных туристов с учетом перечисленных параметров.

Все названные рекомендации позволят сформировать туризм как высокодоходный сектор экономики, который позволит решать социальные проблемы.

#### СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ

1. Дурович А.П. Маркетинг в туризме: Учебное пособие. - Мн.: Новое издание, 2004.
2. Овчаров А. Развитие международного туризма: факторы риска // Мировая экономика и международные отношения, 2008, №9, с.48