

Кроме того, особое внимание в Брестском регионе уделяется созданию новой системы ориентирующей информации туристической направленности. Вместо старых указателей на международных, республиканских и местных автодорогах области уже установлено 59 знаков «Достопримечательность», 20 информационных щитов и биллбордов.

Для Брестского региона, как и для республики в целом, характерна экспансия выездного туризма, вызванная рядом причин: субъективными факторами (отсутствием морского побережья), невысоким уровнем национального сервиса и слабой технической оснащённостью, отсутствием информации о субъектах и туристических ресурсах, небольшим перечнем маршрутов и сложностью их корректировки, отсутствием комплекса маркетинга при продвижении регионального туристического продукта и т.д.

Подводя итоги, стоит отметить, что туристическая отрасль Брестского региона имеет стратегическое значение, и прилагается много усилий для того, чтобы она стала высокодоходным и престижным делом. Анализируя положительные изменения в данной области, можно вполне уверенно прогнозировать то, что в Брестском регионе существуют все предпосылки для бурного развития туристического бизнеса. Необходим лишь комплексный подход в решении имеющихся проблем, чтобы сфера туризма Бреста вышла на качественно новый уровень.

2.3. Оценка экономического потенциала туристического региона и пути его увеличения

Приведенные показатели позволяют оценить отдельные критерии развития туризма в странах, но требует корректировки при оценке эффективности региональной туристической политики. Координация деятельности национальных туристских администраций в рамках региональной экономической интеграции позволяет унифицировать туристические продукты и стандарты услуг, тем самым повысить рентабельность туристской инфраструктуры. Следует отметить, что из-за международной конкуренции затраты на продвижение индустрии туризма растут в развивающихся странах и в странах развитого туризма. Поэтому с целью повышения эффективности управления туристической индустрией возникает необходимость оценки экономического потенциала сферы туризма в регионах.

Основная цель региональной политики в области туризма: создание конкурентоспособного совокупного регионального туристского продукта на основе использования в допустимых пределах высокоаттрактивных элементов природного и историко-культурного потенциала региона в целях получения социально-экономического (рост доходов населения и поступлений в бюджет, рост занятости, диверсификация региональной экономики и т. д.) эффекта от развития рекреационно-туристской деятельности в регионе.

Структуру предлагаемого организационного механизма совершенствования экономического потенциала туризма на уровне региона приведем на рисунке – 2.7

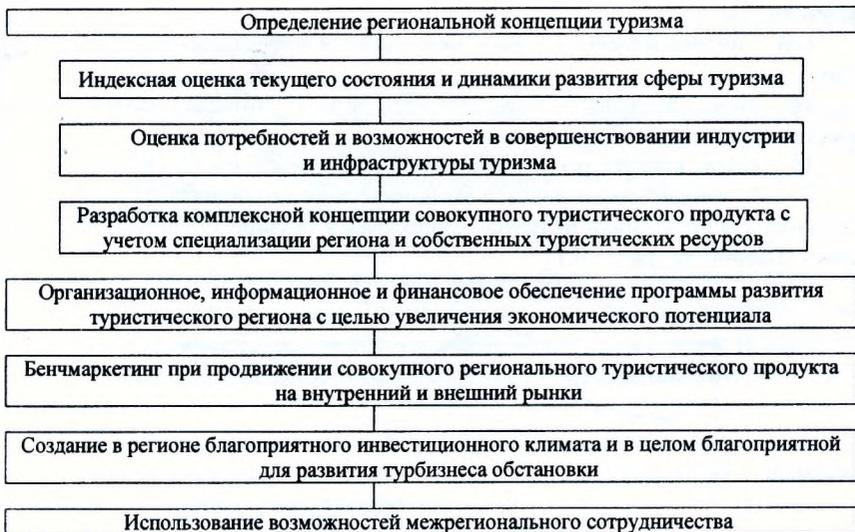


Рисунок 2.7 – Механизм совершенствования экономического потенциала туристического региона

Организационный механизм совершенствования экономического потенциала туристического региона включает следующие этапы:

1. Определение региональной концепции туризма: принципиальное решение об оценке экономического потенциала туристического региона и моделях его перспективного развития необходимо осуществлять следующим образом:

А. Оценка текущего состояния и динамики развития сферы туризма предусматривает сопоставление количественных и качественных показателей развития туристического региона. В рамках макроэкономического анализа необходимо рассматривать взаимозависимость спроса и предложения, поэтому для туристических регионов Беларуси рекомендуется осуществлять оценку экономического потенциала путем исчисления совокупного индекса. Данный индекс экономического потенциала позволяет сопоставлять временные и административные параметры, и его расчет рекомендуется осуществлять по формуле:

$$I = I_{дох} * I_{тур} * I_{вр} * I_{ф} * I_{р} \quad (2.1)$$

где $I_{дох}$ – индекс изменения дохода туристической деятельности (для национальной экономики используют соотношение доли туристических услуг в экспорте к их доле в импорте по сравнению с прошлым периодом, а для туристических регионов – изменение выручки от реализации туристических услуг в сопоставимых периодах);

Итур – индекс, учитывающий изменения активности туристического потока (для страны в целом отношение въезжающих туристов к выезжающим по сравнению с прошлым периодом; для регионов – изменение числа посетивших туристов);

Ивр – индекс изменения продолжительности пребывания туристов в регионе;

Иф – индекс активности туристического бизнеса учитывает изменения количества туристических организаций;

Ир – индекс изменения единовременной вместимости средств размещения.

Расчет предлагаемого индекса экономического потенциала туристического бизнеса для Республики Беларусь осуществим в таблице 3.6, результаты изобразим графически (рис. 3.4.)

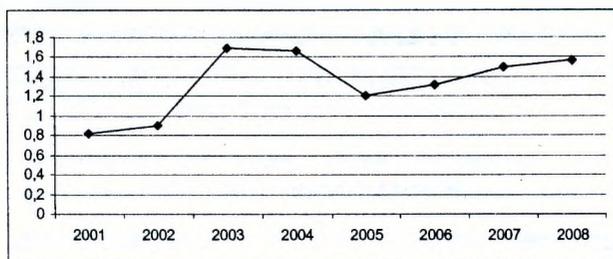


Рисунок 2.8 – Индексная оценка экономического потенциала туризма Беларуси

Стоит отметить, что в целом с 2000 по 2008 год экономический потенциал туризма возрастал, что подтверждается положительной динамикой индекса. Однако значительное снижение экономического потенциала Республики Беларусь приходится на 2005 год, что связано с изменением визовых режимов для иностранных граждан. В последние годы принятые нормативные акты и льготы стимулируют возрастание туристического потенциала страны, что подтверждается графически.

Б. Оценка потребностей и возможностей в совершенствовании индустрии и инфраструктуры туризма должна учитывать структуру существующего спроса на туристические услуги, а также перспективы развития транспортных коммуникаций, инженерно-технической инфраструктуры, связи и непосредственно сопутствующих отраслей (пунктов проката, медицинских центров, транспортного обслуживания и т. д.).

Проведенный ранее анализ выявил, что сокращение потока туристов связано с процедурой оформления виз для въезда в Беларусь, получаемых в консульских учреждениях Республики Беларусь. Сложность и длительность процедуры, а также стоимость въездных виз в Республику Беларусь приводит к смене места отдыха иностранных туристов в пользу стран с более простым визовым режимом.

Проблема усложняется состоянием материально-технической базы туристического комплекса (от гостиничного до транспортного хозяйства). Отсутствие номеров повышенной комфортности, несоответствие качества услуг ценовому уровню, слабая техническая оснащённость – все это факторы, сдерживающие развитие туризма.

Неразвитая туристская инфраструктура, износ существующей материальной базы на 70-80%, малое количество гостиничных средств размещения туристского класса (двух-, трехзвездочных) с современным уровнем комфорта являются сигналами для государственного регулирования и развития туристической инфраструктуры Беларуси.

Неразвитость инфраструктуры наносит большой ущерб развитию туризма, который при оптимальной его организации будет способствовать выходу экономики Беларуси из кризиса. Таким образом, при условии технической модернизации предприятий сферы обслуживания может существенно увеличиться поток иностранных граждан в нашу страну за счет повышения качества оказываемых услуг.

Исходя из вышесказанного, в Беларуси существует необходимость дополнения следующих функций региональным органам управления – филиалам «Национального агентства по туризму»:

- управление развитием региональной инфраструктуры туризма,
- оценка кадрового потенциала и решение проблемы кадров,
- работа с населением и т.д.

В. Выявление специфики потенциала туристического региона должно осуществляться исходя из наличия собственных туристических ресурсов и повышения эффективности их использования. Выбор специализации должен дополняться разработкой комплексной концепции совокупного туристического продукта с учетом возможности взаимодействия соседних регионов.

Для регионов Республики Беларусь необходимо развивать нетрадиционные виды туризма, которые сопряжены со спецификой развития существующих отраслей промышленности, лесного и сельского хозяйства:

- **Аграрный туризм** разнообразить формированием фольклорных туров и этнографических маршрутов с инсценировками обрядов или событий прошлых лет.

- **Экологический туризм** необходимо дополнять маршрутами в экологических зонах и центрах, уникальных природных уголках с охотой и рыбалкой.

Например, с 1997 года во всех странах мира ежегодно 2 февраля празднуется Всемирный день водно-болотных угодий, а в 2009 году впервые отмечался в республиканских заказниках «Средняя Припять» и «Лунинский», чтобы привлечь внимание широкой 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 позволит расширить возможности перемещения туристов, увеличить комфортность их пребывания в регионе и многое другое.

- **Экстремальный туризм** необходимо разнообразить посещением непроходимых болот, построением спортивных трасс повышенной труднопроходимости и т.д.

- **Научно-образовательный туризм** можно представить исследовательскими маршрутами по территориям, загрязненным радиацией, или заповедникам, а также туристическими маршрутами по археологическим и историческим местам.

- **Событийный туризм** должен получить развитие Беларуси с использованием фестивалей (например, «Славянский базар», музыкальные вечера в Мирском замке, проведением концертов и спектаклей в музеях.).

2. Разработка вопросов организационного, информационного, финансово-обеспечения программы развития туристического региона должна возлагаться на региональные центры, задача которых – увеличение экономического потенциала.

Следует подчеркнуть, что применительно к развитию туризма в регионах Беларуси можно использовать различные модели, такие как: гостевые сети, частные специализированные туристические объекты, «туристическая деревня», «парк развлечений», «историческое поселение» или др. Необходимо определить, какая из моделей туризма больше подходит для конкретных условий данного региона, на основании чего решать вопросы организационного, информационного, финансового обеспечения запуска рыночного механизма минимум на уровне региона (при наличии платежеспособного спроса).

3. Продвижение совокупного регионального туристического продукта на внешний и внутренний рынки необходимо дополнять маркетинговыми нововведениями, что позволит решить проблему слабой известности регионов и центров Беларуси, а также повысит эффективность государственных и частных усилий и инвестиций.

Стоит отметить, что иностранные граждане мало информированы о нашей стране, вследствие чего нет заинтересованности посетить ее. Беларусь продолжает оставаться на карте Европы «белым пятном» в связи с отсутствием комплексной пропаганды туристических центров и ресурсов. В республике отсутствует единый информационный центр для иностранных туристов. В городах и в пунктах прибытия туристов (вокзалы, аэропорты, таможенные посты) отсутствуют инфокиоски с полной информацией о туристической Беларуси, малое количество путеводителей и сайтов с описанием на иностранных языках достопримечательностей Беларуси и ее регионов.

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.

Негативным является слабая активность или пассивное участие республики в международных выставках и ярмарках, посвященных туризму, что не решает проблему низкой известности национальных достопримечательностей за рубежом. Причем использование туристического потенциала существенно осложняется в связи с радиационным загрязнением 20% территории республики. «Чернобыльский след» не только исключает перспективы развития иностранного туризма в пострадавших районах (за исключением специализированных туров), но и формирует мнение обо всей территории Беларуси как потенциально опасной для пребывания.

Поэтому существует необходимость активизации маркетинговой деятельности региональных филиалов «Национального агентства по туризму», на которых необходимо возложить следующие функции:

- информационное обеспечение регионального туристического продукта,
- активизация выставочной деятельности в сфере туризма;
- рекламное обеспечение совокупного туристического продукта;
- консультирование и оказание помощи туристическим субъектам и т.д.

4. Создание в регионе благоприятного инвестиционного климата и в целом благоприятной для развития турбизнеса обстановки должно включать конкретные рекомендации для каждого региона с учетом их собственных ресурсов и возможностей, а также направления государственной поддержки развития регионального туризма.

На современном этапе туристический рынок республики находится сегодня в состоянии децентрализации и раздробленности (около 600 субъектов хозяйствования), которые не способны конкурировать на внешних рынках, и отсутствует специализация на приеме иностранных посетителей, включая экотуризм, агротуризм, охотничий туризм, со сложившимся имиджем и надежными каналами сбыта на внешних рынках. Не сформирована целостная система государственного управления и регулирования сферой туризма, отсутствует механизм привлечения внутренних и внешних инвестиций. Крайне медленно осуществляется переход на принятые в международной практике стандарты качества туристских услуг и обслуживания туристов.

Существенная проблема туристической индустрии заключается также в том, что приезжие не торопятся оставлять в Беларуси деньги. По статистике, иностранный турист тратит в стране дополнительно, помимо собственных расходов на поездку, лишь 170-200 долларов, в то время как в Литве этот показатель составляет

400-500 долларов, а в Польше – 700-800 долларов [44]. Решением проблемы является увеличение продолжительности пребывания туриста в местах отдыха и в стране, а также получение максимальной экономической выгоды за счет роста количества дополнительных услуг.

5. Полное использование возможности механизмов межрегионального сотрудничества, в частности Ассоциации европейского развития, которые могут помочь в:

- формировании общих интересов межрегионального сотрудничества в конкретной области – развитие туризма в сельской местности, представление и лоббирование этих интересов на уровне Европейского союза;

- разработке совместных и индивидуальных программ деятельности по развитию туристической отрасли в регионе;

- экспертно-консультативная помощь;

- информационно-организационная помощь;

- помощь в проведении экспертизы конкретных туристических и комплексных проектов развития туризма;

- содействие в продвижении конкретных инвестиционных проектов.

Такое трансграничное сотрудничество поможет не только увеличить туристический поток в Беларусь, но и получить большой опыт организации туризма, сотрудничая с более развитыми в этом отношении странами. Благоприятным фактором для становления данного вида туризма является политика добрососедства ЕС с новыми восточными соседями, его желание иметь с ними выгодные экономические и дружественные культурные связи. Это открывает возможность участия с зарубежными партнерами в совместных проектах, финансируемых различными европейскими фондами и организациями. На территории республики в рамках международных программ TESIS, ПРООН, ЮНЕСКО реализуется ряд проектов, имеющих большое значение для развития туризма. В первую очередь, создание культурно-туристической зоны на базе замковых комплексов Мира и Несвижа («Мир-Несвиж»), введение в эксплуатацию белорусской части Августовского канала.

Большие перспективы для межрегионального сотрудничества в сфере туризма открываются в области продвижения транзитных и совместных туристических продуктов и маршрутов с участием соседних стран.

Как показывает проведенный анализ, количество сдерживающих развитие въездного туризма факторов в республике Беларусь достаточно велико. Поэтому целесообразно сгруппировать несколько блоков факторов и выделить направления увеличения экономического потенциала за счет решения проблем развития туризма.

Таблица 2.10 – Пути увеличения экономического потенциала и факторы, сдерживающие развитие туризма в Республике Беларусь

| Факторы, сдерживающие развитие туризма | Содержание | Возможные пути увеличения туристического потенциала |
|--|--|---|
| 1 | 2 | 3 |
| Малый туристический поток из-за низкого туристического имиджа страны | 1) низкая известность национальных достопримечательностей за рубежом; 2) низкий уровень саморекламы и презентационных акций | <ul style="list-style-type: none"> • создание единого информационного центра для туристов, инфокиосков в пунктах прибытия туристов; • реклама турпотенциала Беларуси через посольства и консульства; • участие в международных выставках в сфере туризма; • представление и постоянное обновление возможностей туристического региона в сети Интернет |
| Качество сервиса и слабая материально-техническая оснащенность | 1) слабо развитая туристическая инфраструктура; 2) неудовлетворительное состояние придорожного сервиса | <ul style="list-style-type: none"> • привлечение инвестора; • создание первого в Беларуси консалтингового туристического бюро; • развитие индустрии развлечений; • введение международных стандартов в области классификации гостиниц; строит-во придорожных мотелей и кафе |
| Правовое обеспечение | 1) сложные визовые и пограничные формальности; 2) проблема налогообложения | <ul style="list-style-type: none"> • введение упрощенной системы регистрации иностранных туристов; • введение налоговых льгот для турфирм; • разработка мер по государственной поддержке |

Источник: Собственная разработка автора

Современное состояние туристической отрасли в Республике Беларусь можно назвать удовлетворительным, однако экономический потенциал туризма не используется в полном объеме. Об этом свидетельствует сохраняющаяся тенденция к преобладанию выездного туризма над въездным.

Для достижения большей эффективности туристической отрасли регулирование необходимо смещать на региональный уровень, позволяя самостоятельно решать проблемы туристического комплекса в регионе. Одним из наиболее посещаемых иностранными туристами является Брестский регион благодаря известным ресурсам, которые предопределили его специализацию. Однако туризм в Брестском регионе отстает от соседних территорий, в частности Польши и Украины. Произведем оценку индекса экономического потенциала Брестского региона по предлагаемой методике в табл. 2.11

Таблица 2.11 – Показатели экономического потенциала туризма Брестского региона

| Показатели | Год | | | | | |
|--|-----------------------|----------------------|----------------------|----------------------|-----------------------|-----------------------|
| | 2003 | 2004 | 2005 | 2006 | 2007 | 2008 |
| 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 |
| Объем реализации туристских услуг, млрд. рублей | 4,7 | 4,98 | 5,2 | 6,5 | 9,7 | 13,9 |
| Индекс тур. дохода | | 1,059574 | 1,044177 | 1,25 | 1,492308 | 1,43299 |
| Численность организованных туристов, чел. | <u>1678</u> 244686 | <u>3207</u> 62596 | <u>4363</u> 64534 | <u>8097</u> 54443 | <u>10467</u> 44259 | <u>15457</u> 29407 |
| Индекс турпотока | | 4,769186 | 1,319606 | 2,199811 | 1,590152 | 2,222562 |
| Кол-во организаций, осуществляющих туристскую деятельность | 71 | 64 | 63 | 67 | 61 | 84 |
| Индекс активности фирм | | 0,901408 | 0,984375 | 1,063492 | 0,910448 | 1,377049 |
| Единовременная вместимость средств размещения, мест | 3368 | 3338 | 3193 | 3298 | 3354 | 3497 |
| Индекс номерного фонда | | 0,991093 | 0,956561 | 1,009489 | 1,01698 | 1,042636 |
| Единовременная вместимость санаториев и баз отдыха, мест | 6656 | 6209 | 6800 | 6665 | 6672 | 6789 |
| Индекс санаториев | | 0,932843 | 1,095184 | 0,980147 | 1,00105 | 0,951888 |
| Индекс экономического потенциала | | 4,211336 | 1,42095 | 2,893493 | 2,199481 | 4,352763 |

Графическое изменение экономического потенциала туризма Брестского региона характеризуется резким падением в 2005 году, после которого наблюдается динамика увеличения. Сокращение экономического потенциала в 2005 году связано со снижением активности туристического и гостиничного бизнеса в регионе. В частности, завершение сроков действия лицензии на туристическую деятельность и реконструкция гостиниц сократила индекс до 1,4, однако приток иностранных туристов в 2006 году увеличил данное значение практически в 2 раза.

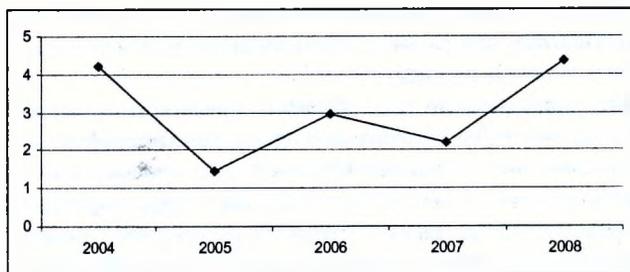


Рисунок 2.9 – Индексная оценка экономического потенциала туризма Брестского региона

В целом, значения индекса за анализируемый период превышают 1, что свидетельствует о положительной динамике роста экономического потенциала туризма Брестского региона, что подтверждает правильность региональных программ.

Для увеличения производственного потенциала туризма Брестского региона необходимо:

- осуществлять реконструкцию туристических объектов и строительство новых объектов для оказания туристических услуг в регионе, в том числе увеличивать количество номерного фонда, число мест в санаторно-курортных заведениях;
- активизировать переговоры по упрощению процедуры получения виз для посещения приграничных территорий и организации совместных маршрутов с целью возрастания потока иностранных туристов;
- расширить диапазон оказываемых туристических услуг, включая в сферу туризма совмещенные виды деятельности (организация спортивных соревнований, проведение семинаров и переговоров, выставочная деятельность, организация обучающих маршрутов и прочих мероприятий), с целью увеличения продолжительности пребывания в регионе.

Проведенный в работе анализ выявил, что примерно половина иностранных граждан посещает Беларусь с частными целями, причем наблюдается тенденция к дальнейшему увеличению данной статьи. Почти треть общего потока иностранных граждан в Республику Беларусь занимает транзит. При этом в 2008 году наблюдается уменьшение числа иностранных посетителей, что, несомненно, является результатом начавшегося мирового финансового кризиса.

Таким образом, наиболее перспективным направлением развития туризма является развитие транзитного туризма. Если из 1,5 млн. человек от всего количества иностранных посетителей, проезжающих через Беларусь транзитом, хотя бы часть остановится на отдых, то можно говорить о наращивании потенциала. Тем более, что развитие транзитного туризма обусловлено географическим положением нашей страны, а именно – прохождением через ее территорию мощных транспортных коридоров, связывающих страны Западной и Центральной

Европы с Россией, а также Скандинавские страны с южными регионами Европы и Азии. Поэтому для развития данного вида туризма можно предложить следующие направления развития:

- развить придорожную сеть объектов туристского обслуживания с размещением в местах с благоприятными природно-ландшафтными условиями гостиниц, позволяющих организовать отдых в течение нескольких дней;
- создать туристские центры вдоль основных транспортных коридоров, в первую очередь на основе малых исторических городов с ценным историко-культурным наследием (Мир, Слоним, Заславль, Кобрин, Коссово и др.), а также в пределах одночасовой транспортной доступности вдоль этих коридоров;
- создать справочно-информационную и маркетинговую службы, направленные на вовлечение транзитных пассажиров в систему туризма Беларуси.

В целом повышение эффективности экономики республики направлено на совершенствование инновационного потенциала, однако направления взаимодействия промышленного комплекса необходимо ориентировать и на туристический бизнес. Например, производство белорусской мебели способствует модернизации гостиниц, а как следствие, повышает конкурентоспособность национального туристического комплекса.

С целью увеличения инновационного потенциала туризма Брестского региона необходимо:

- в рамках совершенствования качества обслуживания осуществлять исследования туристического спроса, в том числе внутреннего, и адаптировать туристические продукты к запросам потребителей;
- внедрять технические инновации в сферу туризма.

Для Брестского региона использование инноваций необходимо ориентировать на создание информационной инфраструктуры гостиниц, музеев и субъектов, на нетрадиционные способы оказания туристических услуг, на рост экологических центров и туров, на новые формы их продвижения.

Таблица 2.12 – Основные элементы инновационного потенциала туризма

| Типы инноваций | Цели внедрения | Общая характеристика мероприятий |
|---------------------------|---|--|
| Продуктовые инновации | Расширение ассортимента туристических продуктов и услуг | Познавательные туры по заповеднику, экологические туры по заказникам |
| Технологические новшества | Повышение качества, конкурентоспособности туристических услуг, доступность для туристов из разных стран | Создание региональной информационной инфраструктуры гостиниц, музеев и всех субъектов в системе «on line» Этнографические туры с участием в народных обрядах и событиях |
| Маркетинговые инновации | Повышение рейтинга и известности Брестского региона | Выставки, презентации, бенчмаркинг туристических продуктов и маршрутов |

Источник: Собственная разработка автора

Относительно новым и одновременно достаточно перспективным для Республики Беларусь может стать караванинг и автотуризм как таковой. Отдых с кемпингом на колесах уже много лет держит прочные позиции в рейтинге различных видов туризма в Европе. Он дает свободу в выборе маршрута и времени, а также экономит деньги. Так, например, в Германии насчитывается примерно 12 тыс. кемпинг-стоянок, а вид туризма очень прибыльный и требует при этом не так много финансовых затрат: обустроить место под стоянку, провести электричество. В Беларуси пока стоянок мало, кемпинги целесообразно организовывать вблизи существующий туристических зон и баз, например, на Браславских озерах, а также недалеко от основных достопримечательностей Беларуси.

Для наращивания инвестиционного потенциала Брестского туристического региона необходимо:

- активизировать работу органов управления Брестского филиала РУП «Национальное агентство по туризму»;
- сформировать региональный центр кураторства сферы туризма, в состав которого должны входить представители частного туристического бизнеса;
- осуществлять информационную поддержку в поисках инвесторов.

Другим направлением наращивания потенциала туризма может быть развитие приграничных связей. Для европейских стран характерно, что приграничный въездной туризм в общем объеме составляет приблизительно 60% благодаря использованию общности истории и культуры, принципа добрососедства, сходства природных условий.

Развитие приграничного туризма обусловлено соседством Брестского региона с государствами с относительно развитой системой туризма - Польшей, Украиной. Посещение приграничных районов как жителями соседних государств, так и иностранными туристами, приехавшими в эти страны, является существенным резервом увеличения туристского потока в Беларусь. К примеру, Польша, ввиду географической и духовной близости, является естественным источником туристов в Брестскую и Гродненскую области. У Беларуси и Польши есть две основные общие достопримечательности природы: Беловежская пуца и Августовский канал. Августовский канал соединяет реки Вислу и Неман, что дает возможность путешествовать водным путем из Западной Европы в Россию или вокруг северных стран Европы. Учитывая увлечение водным туризмом более 5 млн. европейцев, можно отметить потенциал развития. Аналогичным образом можно использовать и другие объекты. Для этого необходимо:

- создать новые совместные маршруты с близлежащими странами; организовать совместные международные акции (фестивали, ярмарки и т.д.);
- согласовать и взаимоувязать размещение и развитие центров, трасс и инфраструктуры туризма по обе стороны границы;
- увеличить количество пограничных переходов;
- упростить процедуру получения визы, прохождения паспортного и таможенного контроля для туристов.

К перспективным в Брестском регионе относится экологический туризм, связанный с минимальным воздействием человека на природную среду и ознакомлением туристов с природными ценностями, их экологическое воспитание и образование. Поэтому за опорные центры развития данного вида туризма следует брать природные экосистемы, не измененные или слабо измененные деятельностью человека, а именно: национальные парки «Беловежская пушча», «Припятский» и т.д. Здесь перспективным является организация туристических походов в эти нетронутые уголки природы, организация туров по болотам, по озерным и речным водным экосистемам на гребных и парусных судах, туров по лесным экосистемам с попутным изучением флоры и фауны. Для иностранцев, привыкших к тому, что леса, реки и озера являются частной собственностью и их посещение ограничено, данное предложение является привлекательным.

Наличие минеральных вод, торфогрязей и иных природных лечебных ресурсов способствует развитию в нашей стране и оздоровительного туризма. В Беларуси более чем в 200-х пунктах зафиксированы источники минеральных вод, на базе которых открыты различные санатории и оздоровительные центры. Стоит отметить, что санаторное лечение пользуется сейчас большим спросом среди иностранцев (особенно россиян, прибалтов), что обусловлено в первую очередь приемлемым соотношением цена/качество предоставляемых услуг. Несмотря на высокую степень загрузки белорусских санаториев, для более активного развития на этих курортах иностранного туризма целесообразно:

- реконструкция части существующих спальных корпусов санаторных учреждений с организацией в них номеров «люкс», соответствующих международным стандартам;
- создание службы дополнительного медицинского и бытового обслуживания.

На основе истории Брестского региона, боевой славы, культуры, искусства необходимо предлагать познавательные туры с посещением музеев и театров, центров народных ремесел и промыслов в Бресте и многих других городах. С целью роста интереса к истории и культуре белорусского народа, важно, наряду с музейными экспозициями и продажей сувениров, включить в туристские маршруты посещение действующих народных промыслов и ремесел, познакомить их с национальной кухней и бытом. Например, гончарное дело и керамика в Ивацевичах, ткачество в д. Мотоль и т.д.

Для иностранных туристов значительный интерес могут представлять и фольклорные коллективы, как профессиональные, так и самодеятельные. В общем, выделим следующие перспективные направления активизации туристского потока и увеличения экономического потенциала:

- создание условий для формирования туристско-экскурсионных маршрутов для разных категорий населения по местам важных исторических событий и деятельности выдающихся исторических личностей народов, проживающих на территории Брестского региона;

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

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

- создание сайтов музеев и иных исторических объектов с возможностью бронирования экскурсий.

Развитие вышеуказанных видов туризма является предпочтительным также потому, что они не требуют значительных расходов на обустройство инфраструктуры, что особенно актуально в современных условиях дефицита финансирования и мирового финансового кризиса.

Стоит также обратить внимание на совершенствование информационного обслуживания туризма. В странах, где туризм – высокодоходный сектор экономики, все надписи на железнодорожных вокзалах, табло, в музеях, путеводителях – на нескольких языках. Кассиры, контролеры, работники справочных бюро также говорят на многих языках, в центрах городов и на вокзалах обязательно имеются информационные центры для туристов в виде отдельных помещений или стойки. Получив вразумительный ответ о городе, турист может приобрести карту, путеводители и сувениры, билеты на экскурсии и т.д. Применение такой практики целесообразно и в Брестском регионе, и в республике в целом.

Одной из острых проблем является отсутствие энтузиазма в рекламе регионального туристического продукта. Общаясь после возвращения, туристы рассказывают об Эйфелевой башне, Петергофе, Троицком предместье, поэтому целесообразно обратить внимание на культивацию мифов и в Брестском регионе. Для более эффективного развития туристического региона и центра предлагается создать бренд, который уже отчасти существует (зубр, Брестская крепость). Специализация не предполагает отказ от развития других видов туризма, так как для узкого направления туризма требуются уникальные условия. В связи с этим более целесообразно осуществлять рекламу конкретного объекта – символа определенного региона. Например, вдоль основной трассы страны предлагается создать билборды, рекламирующие регион «Беловежской пуши». Для Брестской области возможны следующие символы районов: «Ивацевичские болота – нетронутый уголок Европы» и др. При этом необходимо уделить особое внимание развитию туризма в малых и средних городах, т.к. туристские ресурсы задействованы в них недостаточно. Поэтому задачей местных органов власти и местных предпринимательских структур должно стать превращение городов районного подчинения в туристско-рекреационные центры страны.

Преодоление указанных ранее факторов, сдерживающих развитие туризма, предполагает активизацию региональной политики в этой сфере, придание туризму статуса приоритетного направления, создание организационных

и экономических основ формирования современного конкурентоспособного туристского комплекса, который при активной поддержке и непосредственной помощи государства:

- выполняет важнейшие социальные функции, обеспечивая возможность восстановления и пополнения физических, духовных и эмоциональных сил человека, приобретения знаний и повышения культурного уровня населения;
- обеспечивает сохранение и рациональное использование культурно-исторического и природного наследия Брестского региона;
- оказывает стимулирующие воздействия на отрасли, обслуживающие сферу туризма;
- повышает привлекательность Беларуси и ее регионов как сферы международного предпринимательства и делового сотрудничества;
- создает стимулы для притока в национальную экономику иностранного капитала;
- является источником валютных поступлений в регион и средством обеспечения занятости населения.

Для успешной реализации вышеуказанных приоритетных направлений туризма необходима не только выработка конкретных мероприятий по привлечению туристов, но и совершенствование индустрии туризма Брестского региона.

В итоге, следует подчеркнуть – экономический потенциал развития туризма Брестского региона может динамично возрастать под влиянием ряда факторов:

- под влиянием налаживания связей с соседними государствами с учетом интеграционных процессов путем интенсификации туристского потока;
- за счет развития туристической инфраструктуры посредством модернизации гостиниц и санаториев, кемпингов и т.д., что повысит качество оказываемых услуг и увеличит доходы от туризма;
- за счет активизации маркетинга регионального туристического продукта путем привлечения новых туристов и увеличения продолжительности периода пребывания.

Реализация вышеуказанных мероприятий будет способствовать росту экономического потенциала внутреннего и въездного туризма Брестского региона, за счет чего предполагается получить социально-экономический эффект, в качестве которого следует рассматривать:

- ускорение развития внутренних подотраслей, а именно: гостиничного и санаторно-курортного комплекса, транспортного и ресторанного бизнеса, экскурсионно-информационных служб, развлекательных комплексов и изготовления сувенирной продукции;
- создание новых рабочих мест в секторе туризма и смежных с ним отраслях;

- приток в экономику республики иностранной валюты;
- стимулирование инвестиций в туристическую отрасль и туристских регионов;
- модернизацию местных инфраструктур транспорта, связи и коммуникаций;
- сохранение и восстановление историко-культурного и природного наследия областей и республики в целом;
- возрождение и развитие традиционных народных промыслов и ремесел;
- расширение информационных и экономических связей с иностранными туристическими компаниями.

Развитие туризма в Республике Беларусь должно основываться преимущественно на тех видах и формах туризма, которые позволяют максимально и комплексно использовать имеющийся туристский потенциал.

Реализация указанных направлений будет способствовать повышению конкурентоспособности туристического комплекса Брестского региона и Республики Беларусь в целом.

2.4 Анализ развития агротуризма в Брестской области

В 1987 г. Международная комиссия по окружающей среде и развитию под руководством Гру Харлем Брунтланд (GroHarlemBrundtland) опубликовала отчет «Наше общее будущее», в котором ключевым вопросом стала необходимость поиска новой модели развития цивилизации. Впервые было сформулировано понятие устойчивого развития как «движения вперед, при котором достигается удовлетворение жизненных потребностей нынешнего поколения без лишения такой возможности будущих поколений». В развитие положений доклада в 1992 году на Всемирной конференции ООН по окружающей среде и развитию в Рио-Жанейро в «Повестке дня на XXI век» был сформулирован и записан Принцип 8 «Декларации Рио», который говорит о необходимости «уменьшения и исключения [из жизни] неустойчивых образцов (моделей) производства и потребления». В этом же документе формулируются и основные цели:

- 1) уделять значительное внимание неустойчивым образцам производства и потребления;
- 2) развивать национальные стратегии по изменению образцов потребительского поведения.

Одним из элементов, достаточно тесно связанным тезисом «устойчивого развития территорий» и учитывающим требования экологизации бизнеса, является экологический туризм. Термин *"экологический туризм"* (предложен в 1980 г. мексиканским экономистом Гектором Цебалос-Ласкурья) означает сочетание путешествия с чутким отношением к природе. Смысловое понятие экологического туризма – бережное отношение к местным объектам, флоре и фауне. Достаточно близок по смысловому отношению к нему и *аграрный туризм*, который с 70-х годов XX века выделяется в отдельный сегмент туристической отрасли и начинает стремительно развиваться. В последние десятилетия он приносит доходы, сопоставимые с доходами от традиционных видов туризма, а практически каждый