

ПУТИ НАРАЩИВАНИЯ ИННОВАЦИОННОГО ПОТЕНЦИАЛА ТУРИЗМА БЕЛАРУСИ

WAYS OF ACCUMULATION OF INNOVATIVE POTENTIAL OF TOURISM OF BELARUS

Скопец Г.Г., старший преподаватель, мэн, Лазарчук И.М., старший преподаватель, УО «Брестский государственный технический университет», г.Брест

Skopets G.G., Senior Lecturer, men, Lazarchuk I.M, Senior Lecturer, UO «Brest State Technical University», Brest

Аннотация

В статье рассмотрены особенности и факторы развития въездного и выездного туризма Беларуси на современном этапе, конкретизированы основные изменения в структуре туристского спроса и предложения. Сформулировано понятие инновационного потенциала в сфере туризма, рекомендованы направления его наращивания посредством внедрения продуктовых, технологических и маркетинговых инноваций.

Abstract

In article features and factors of development of entrance and exit tourism of Belarus at the present stage are considered, the main changes in structure of tourist supply and demand are concretized. The concept of innovative potential of the tourism sphere is formulated, the directions of its building by means of introduction of grocery, technological and marketing innovations are recommended.

Ключевые слова: туризм, туристические прибытия, инновационный потенциал, инновации.

Keywords: tourism, tourist arrivals, innovative potential, innovations.

Одной из высокодоходных отраслей экономики выступает туризм, который способствует региональной интеграции так, как образуется усилиями множества субъектов хозяйствования разных стран. Туристические услуги формируются в турбизнесе, в культурных связях регионов, в научном сотрудничестве, созданием совместных экскурсионных центров и маршрутов между странами, открытием представительств туристических операторов и т.д.

Развитию международного туризма способствуют объективные и субъективные факторы. В группе объективных факторов особое место занимают социально-экономические, среди которых называют возрастающую социальную значимость отдыха, рост доходов населения и т.д. К субъективным факторам причисляют деятельность

государственных органов, регулирующих порядок въезда-выезда из страны и упрощающих эту процедуру и т.п. Также стоит отметить интенсивное развитие средств массовой информации и распространение всемирной сети Интернет, которая выступает главным источником туристской информации, в том числе гидом и путеводителем.

Туристический бизнес Беларуси набирает обороты, при этом для него характерна экспансия выездного туризма (87% приходится на долю выбитий). В 2012 году численность посетивших нашу страну иностранных туристов составила 102,3 % по сравнению с 2011 годом. Значительное сокращение наблюдается в городе Минске и Гомельской области. Для Могилевского, Гродненского, Брестского регионов характерно возрастание туристического потока. Организация туристических маршрутов по территории Беларуси значительно отстает, но Брестский регион, уступая только городу Минску, лидирует благодаря известным маршрутам (например, посещение Брестской крепости, Беловежской пущи).

На современном этапе отмечают позитивные перемены в сфере туризма. Стремясь сбалансировать белорусский туристический рынок государство выбрало в качестве приоритетного направления развитие выездного и внутреннего туризма. Правильность выбора подтверждает положительная тенденция увеличения числа туристов, посетивших Беларусь, и уменьшение числа туристов Республики Беларусь, выезжавших на рубеж.

Таблица 1 - Посещение иностранными туристами Беларуси и выезд белорусских туристов за рубеж (человек), [1]

Годы	Число иностранных туристов, посетивших Республику Беларусь			Число туристов Республики Беларусь, выезжавших за рубеж		
	всего	в том числе из		всего	в том числе в	
		иностранн государств	стран СНГ		иностранн государства	страны СНГ
1	2	3	4	5	6	7
1995	16869	12518	4351	625898	570899	54999
2000	60224	48050	12174	1289034	1181570	107464
2005	90811	61980	28831	572398	268043	304355
2010	120073	36641	83432	414735	256558	158177
2011	116049	29943	86106	319795	218046	101749
2012	118749	22703	96046	492846	335823	157023

Статистические данные таблицы отмечают улучшение соотношения числа посетивших Беларусь к числу выехавших из страны.

Если в 2000 году на одного иностранного туриста приходилось 21,4 туристов Беларуси, выехавших за рубеж, в 2005 - шестеро белорусских граждан, то в 2012 такое соотношение равно 1:4,15. Общее же число посетивших Республику Беларусь за рассматриваемый период увеличилось по сравнению с 2000 годом на 97 %, а общее число белорусских туристов, выезжавших за рубеж, сократилось на 62 %. Важнейшими причинами существенного сокращения числа поездок за границу являются усложнение визовых формальностей по некоторым популярным направлениям (Польша, Болгария, Италия и др.), а также увеличение интереса белорусских граждан к внутреннему туризму.

Число иностранных туристов, посетивших Беларусь, в период 2000-2004 годов составляло 60-67 тысяч человек ежегодно, то в 2005-2009 годах - около 90 тысяч, а с 2010 года - превысило 116 тысяч человек, что подтверждает интеграцию в международный туризм. Численность туристов, прибывших в Республику Беларусь в 2012 году, подрастает на 2,3 % в сравнении с 2011 годом. Среди них лидирующие позиции занимают туристы из России, Украины, Германии, Италии, Латвии, Литвы, Польши, Соединенного Королевства, Турции.[1]

В 2012 году наиболее посещаемыми зарубежными странами традиционно оставались Россия, Украина, Болгария, Греция, Египет, Испания, Италия, Литва, Польша, Турция, Чешская Республика. На долю этих стран приходилось почти 90% от общего числа выезжавших за рубеж белорусских туристов. Средняя продолжительность пребывания иностранных туристов в Республике Беларусь в 2012 году сохранилась на уровне 2010 года и составила 5 дней. [2]

Однако туризм в Республике Беларусь не занимает должного положения в экономике страны, как в соседних европейских странах. Регионы Беларуси отличаются слабой известностью на мировом туристском рынке и малым использованием системы маркетинга национального туристского продукта. Древняя история, богатая культура, разнообразная природа - эти преимущества должны стать основой регионального сотрудничества с зарубежными фирмами и туристскими организациями.

Развитие туризма в любом регионе зависит от целого комплекса факторов, условий и ресурсов. В выигрыше находятся те страны, которые имеют все многообразие ресурсов (море, горы, гостиницы). Кроме того стоит учитывать конъюнктуру международного туризма. Согласно данным Барометра международного туризма ЮНВТО после успешного 2011 года (в течение которого было совершено 996 млн. туристических поездок) в 2012 году преодолен миллиардный рубеж и число международных прибытий составило 1035 млрд. Спрос на туристические услуги был прогрессирующим во всех регионах, однако наибольшую часть международных туристических прибытий составляет Европа 535 млн. Особенно стоит подчеркнуть значительный

экономический подъем в субрегионе - Центральной и Восточной Европы +8 %, за которым следует Западная Европа +3 % и Южнотеррасителенморская Европа +2 %.[4]

В течение восьми месяцев 2013 года продолжается рост туристических прибытий на 5 % по сравнению с аналогичным периодом 2012 года, при этом среди наиболее динамично развивающихся субрегионов мира выделяют Центральную и Восточную Европу с 8 % прироста. [5]

Позитивная динамика роста путешествий в страны Центральной и Восточной Европы должна стать основным фактором интеграции Беларуси в сферу международного туризма. Беларусь обладает уникальными ресурсами для предложения всех видов туризма. Это национальные парки и заповедники, музеи и замки, санатории и религиозные объекты являющиеся фундаментом формирования познавательного и оздоровительного туризма. Популярность экологического туризма определяет наличие в стране нетронутой природы, крупнейших древних лесов, болот, озер, редких видов животных и растений. Относительно новым видом отдыха является агротуризм, перспективы развития которого привлекут любителей сельского и событийного отдыха. Для всех регионов Беларуси требуется сохранение основополагающих для туризма ресурсов, совершенствование инфраструктуры туристического бизнеса и наращивание инновационного потенциала.

Под инновационным потенциалом понимают синтезированный результат непрерывного процесса выработки новых знаний и их коммерциализации в туризме.[6] Совершенствование инновационного потенциала может быть достигнуто внедрением продуктовых инноваций и технологических новшеств, новых элементов маркетинга и менеджмента в сферу турбизнеса.

Для Беларуси нетрадиционные виды туризма расширят ассортимент туристических продуктов. Использование технологических инноваций исторически развивало возможности перемещения туристов, увеличивало комфортность их пребывания в регионе и многое другое. Поэтому для Беларуси и ее регионов необходимо совершенствовать информационную систему средств размещения и туристических фирм, использовать нетрадиционные способы оказания туристических услуг (например, восстановление обрядов или исторических событий с участием туристов), а также с учетом экологизации мышления туристов увеличивать число экологических туристических центров.

Применение маркетинговых нововведений при продвижении регионального туристического продукта позволит решить проблему слабой известности Беларуси на мировом туристском рынке, но для этого необходимо синтезировать государственное и частное финансирование.

Для Республики Беларусь 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.

Для Беларуси характерна экспансия выездного туризма, вызванная отсутствием моря, невысоким уровнем сервиса и слабой технической оснащенностью, отсутствием комплексной и системной информации о субъектах и туристических ресурсах, сложностью корректировки маршрутов, отсутствием маркетинга при продвижении туристических продуктов и т.д.

Внедрение инноваций на белорусский туристический рынок осуществляется с отставанием от столицы и от соседних стран. Например, такой вид гостиничных услуг, как таймшер, представляет систему владения клубным отдыхом. Эта долгосрочная аренда клубных средств размещения с правом пользования ими в течение определенного времени применяется в Польше около 10 лет, в России около 5 лет, в Минске уже существует около двух лет, а в Бресте и других областях из-за малой доли состоятельных граждан не предлагается.

В соответствии с Комплексной программой развития туризма на 2008-2015 годы предполагается строительство, реконструкция и ремонт более 840 туристических объектов к 2015 году. Особое внимание уделяется развитию инфраструктуры средних и малых городов, придорожного сервиса, центров духовной и религиозной культуры, экологических зон. Однако основной акцент должен быть сделан на наращивание инновационного потенциала туристического комплекса Беларуси, потенциальные элементы которого представлены в таблице 2.

Несмотря на выгодное географическое положение и богатую культуру нашей страны, Беларусь не реализовывает свой туристический потенциал в полной мере, вследствие чего недополучает десятки миллионы долларов. Неэффективное управление рекреационно-познавательными и оздоровительными ресурсами, недостаток пропаганды туристических направлений - проблемы, требующие немедленного разрешения.

Для поддержания сферы туризма в областях Беларуси необходимо:

- создать единую информационную систему по пропаганде туристических ресурсов, продуктов и субъектов всех областей республики;

Таблица 2 - Основные элементы инновационного потенциала туризма

Типы инноваций	Цели внедрения	Общая характеристика мероприятий
Продуктовые инновации	Расширение ассортимента туристических продуктов и услуг, привлечение туристов	Этнографические туры с участием в народных обрядах и событиях, научно-исследовательские туры по заповедникам, экологические туры по болотам и озерам Беларуси, организация охоты
Технологические новшества	Повышение качества и конкурентоспособности туристических услуг, доступность для туристов из разных стран	Создание информационной инфраструктуры гостиниц, музеев и всех субъектов в системе «on line» Использование аудиогидов в обслуживании музеев
Маркетинговые инновации	Повышение рейтинга и известности Беларуси	Выставки, презентации, бенчмаркинг туристических продуктов и маршрутов

– с учетом активизации государственной поддержки белорусским субъектам стоит активизировать совместную выставочную деятельность;

– адаптировать предложения субъектов каждой области для иностранных туристов с учетом целей путешествия, способов заказов и прочих параметров;

– исследовать происходящие изменения на рынке туристических услуг и использовать инструменты комплекса маркетинга по продвижению туристических продуктов.

Данные рекомендации способствуют формированию туризма как доходного сектора экономики, что позволит решить ряд социальных проблем Беларуси. К примеру, проблему занятости населения, пополнения государственного бюджета и валютных поступлений.

Итак, результаты борьбы за потенциальных туристов напрямую зависят от инновационной туристской политики и от соответствующего потенциала самих субъектов. Следует подчеркнуть, что внедрение инноваций может обеспечить рост доходов от национального экспорта услуг, в том числе и от туризма. С этой целью необходимо повысить адаптивность субъекта настоящего исследования к нововведениям.

Литература

1. Статистический ежегодник Республики Беларусь, Минск, 2013.
2. Туризм и туристические ресурсы в Республике Беларусь. Статистический сборник Департамента по туризму, Минск, 2011. - 131с.
3. News.tut.by/economics/279294.html

4. Барометр международного туризма ЮНВТО (<http://mkt.unwto.org/ru/barometer>)

5. ЮНВТО: Основные показатели развития туризма, выпуск 2013 года (<http://mkt.unwto.org/en/content/tourism-highlights>)

6. В.П. Оболенский Россия на пути к инновационному развитию / Мировая экономика и международные отношения, 2008, №9, с.31

Literature

1. Statistical Yearbook of the Republic of Belarus, Minsk, 2013.

2. Tourism and travel resources in the Republic of Belarus. Statistical compilation of the Department of Tourism, Minsk, 2011. - 131с.

3. [News.tut.by/economics/279294.html](http://news.tut.by/economics/279294.html)

4. UNWTO World Tourism Barometer (<http://mkt.unwto.org/ru/barometer>)

5. UNWTO: Key indicators of tourism development, Issue 2013 (<http://mkt.unwto.org/en/content/tourism-highlights>)

6. VP Obolensky Russia on the way to innovative development / World Economy and International Relations, 2008, № 9, p.31

СРАВНИТЕЛЬНАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА ВЫЕЗДНОГО ТУРИЗМА БЕЛАРУСИ И РОССИИ

COMPARATIVE CHARACTERISTIC OF OUTBOUND TOURISM BELARUS AND RUSSIA

*Скопец Г.Г., старший преподаватель, мэн, Новицкая Е.,
Виноградова И., студентки группы МЭ-33 УО «Брестский
государственный технический университет», г.Брест*

*Skopets G.G., Senior Lecturer, men, Novitskaya E. Vinogradova I.,
students of ME-33 group UO «Brest State Technical University», Brest*

Аннотация

В статье рассмотрены особенности выездного туризма Беларуси и России, конкретизированы основные изменения в структуре туристского потока. Выявлены факторы, влияющие на развитие российского и белорусского туризма.

Abstract

In article features of outbound tourism of Belarus and Russia are considered, the main changes in structure of a tourist stream are concretized. The factors influencing development of the Russian and Belarusian tourism are revealed.

Ключевые слова: туризм, туроператор, выездной туризм, туристический поток.