

ТЕНДЕНЦИИ И ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ ВНУТРЕННЕГО ТУРИЗМА В РЕСПУБЛИКЕ БЕЛАРУСЬ

TRENDS AND PROSPECTS OF DEVELOPMENT OF INTERNAL TOURISM IN THE REPUBLIC OF BELARUS

Кулакова Л.О., Климец В.А., Шевчук К.А.
Брестский государственный технический университет,
г. Брест, Республика Беларусь,
Kulakova L.O., Klimets V.A., Shevchuk K.A.
Brest State Technical University,
Brest, Republic of Belarus,

Аннотация

Актуальность выбранной темы исследования объясняется значительной ролью туризма в динамичном росте национальной экономики, особым вниманием государства к этой сфере, с одной стороны, и проблемами недостаточного использования туристического потенциала Республики Беларусь, невостребованностью внутреннего, регионального туризма – с другой.

Summary

The relevance of the chosen research topic is explained by the significant role of tourism in the dynamic growth of the national economy, special attention of the state to this area, on the one hand, and problems of insufficient use of the tourism potential of the Republic of Belarus, and the lack of demand for domestic, regional tourism, on the other.

Активное развитие туристического бизнеса способно обеспечить дополнительный доход в национальной и иностранной валюте, скачок в развитии обслуживающих секторов экономики, дополнительные рабочие места (туристическая отрасль обеспечивает каждое десятое рабочее место в мире), создание национального имиджа и бренда Республики Беларусь в мировом сообществе.

Беларусь наделена огромным туристическим потенциалом для развития, как внутреннего, так и въездного туризма, т.е. обладает высокой степенью привлекательности, как для граждан страны, так и для иностранцев. Рекреационный потенциал республики заключается в необыкновенной красоте, разнообразии, уникальности и первозданности природы, неповторимости культурно-исторического наследия. Туристы, приезжающие из жарких, пустынных стран восхищаются белорусской природой. Многие из иностранных туристов никогда не видели таких пейзажей – чистейших рек и озер, зеленых лугов и полей и тенистых и наполненных хрустальным воздухом лесов и рощ. Им импонируют толерантность и гостеприимство белорусского народа. В стране имеется свыше 15 тыс. объектов, представляющих историко-культурную и архитектурную ценность, а также знаковых мест, связанных с судьбами великих деятелей мировой культуры, науки и искусства.

Не меньший интерес для туристов представляет городская и сельская архитектура Беларуси. В городах - это постройки советского и постсоветского периода: «сталинки», «хрущевки», современные колоритные «спальные районы». Сохранились и здания 18-19 веков, которые, безусловно, являются украшением белорусских городов. Однако главной ценностью архитектурного туризма Беларуси можно смело назвать башни, крепости, оборонительные комплексы, поместья,

замки, монастыри и храмы, которые чаще всего располагаются за пределами больших городов. Именно в маленьких городках, поселках, деревушках находится большая часть аутентичных церквей, костёлов, поражающих своей красотой.

Для неравнодушных белорусов, патриотов страны очень важно, чтобы Республика Беларусь занимала не менее значимое место на всемирной туристической карте, чем Швеция, Люксембург, Швейцария, Бельгия, Дания и другие европейские страны, сопоставимые с нами как по площади, так и по численности населения.

Безусловно, есть барьеры, препятствующие использовать туристический потенциал РБ по максимуму. И среди важнейших негативных факторов – это недостаточная степень информированности о стране, её достопримечательностях, и всё ещё недостаточный уровень туристической инфраструктуры, сервиса в целом при относительно высоких ценах на услуги данного сектора. Так, к примеру, дальнейшее туристическое развитие страны сдерживает качество и количество гостиничного бизнеса. В стране преобладают трехзвездочные отели, их доля составляет около 64% от общего числа гостиниц, что, конечно, привлекает бюджетных туристов, но при этом имеются лишь единицы пятизвездочных отелей, которые находятся в столице.

В последние годы на государственном уровне были приняты и узаконены прорывные, революционные решения, кардинально меняющие ситуацию в туристическом бизнесе.

Первая Национальная программа развития туризма в Республике Беларусь была принята в 2004 году. Итогом ее выполнения стал значительный рост экспорта туристических услуг, развитие туристической инфраструктуры в стране, упрощение въездного режима и условий пребывания иностранных граждан на территории Беларуси.

В целях создания благоприятных условий для развития туризма в Республике Беларусь, удовлетворения потребностей граждан в отдыхе и оздоровлении Главой государства были приняты указы Президента Республики Беларусь от 2 июня 2006 г. №371 «О некоторых мерах государственной поддержки развития туризма в Республике Беларусь» и от 2 июня 2006 г. №372 «О мерах по развитию агроэкотуризма в Республике Беларусь» [1].

Сегодня в Беларуси реализуется ряд госпрограмм, в которых предусмотрены меры и средства по созданию современной инфраструктуры туризма в различных регионах страны. Государственная программа "Беларусь гостеприимная" на 2016-2020 годы направлена на формирование и развитие современного конкурентоспособного туристического комплекса, увеличение вклада туризма в развитие национальной экономики.

9 января 2017 г. принят Указ № 8 "Об установлении безвизового порядка въезда и выезда иностранных граждан". Документом устанавливается безвизовый порядок въезда в Беларусь на срок не более 5 суток при въезде через Национальный аэропорт Минск.

26 декабря 2017 года принят Указ Президента Республики Беларусь № 462 "Об установлении безвизового порядка въезда и выезда иностранных граждан", в соответствии с которым был введён безвизовый порядок въезда, выезда и временного пребывания при индивидуальном либо групповом посещении тер-

ритории специального туристско-рекреационного парка "Августовский канал" и туристско-рекреационной зоны "Брест" на срок до 10 суток [2].

В период 17.08.2015 – 16.02.2018 гг. в Беларуси был реализован проект «Поддержка устойчивого развития туризма в Беларуси» с бюджетом в 1,7 млн евро (100% вклад ЕС). Целью проекта являлось содействие устойчивому развитию туризма в пяти пилотных дестинациях: Августовский канал, Каменец-Пружаны, Мстиславль, Мядель и Полоцк, для которых были разработаны собственные логотипы и стратегии брендов, печатные презентационные материалы, сняты презентационные видеоролики. Также проект способствовал внедрению в Беларуси вспомогательного счета туризма (TSA) – международной методики комплексного учета статистических данных туризма.

С 27 июля 2018 г. вступил в силу Указ Президента Республики Беларусь, согласно которому граждане 74 государств могут въехать и выехать в Республику Беларусь в безвизовом режиме на срок до 30 суток через пункт пропуска через Государственную границу Республики Беларусь – Национальный аэропорт Минск.

2018 год был объявлен годом малой родины, что позволило уделить повышенное внимание регионам РБ – малым городам, посёлкам, деревням.

В Беларуси на начало 2018 года осуществляли туристическую деятельность 1444 организации, услугами которых воспользовались более 2 млн. туристов и экскурсантов. Численность белорусов, выезжавших за рубеж, составила 727,5 тыс. человек. Белорусы посетили 117 стран мира. Наиболее посещаемыми зарубежными странами были Турция, Египет, Украина, Болгария, Российская Федерация, Польша, Испания, Греция, Черногория, Чехия, Литва и Италия. Средняя продолжительность пребывания белорусских туристов составила 8 дней. Численность туристов и экскурсантов, посетивших Беларусь, составила 282,7 тыс. человек из 105 стран мира. Страны-лидеры по числу посещений Беларуси: Российская Федерация, Литва, Польша, Латвия, Украина, Китай, Германия, Эстония, Соединенное Королевство Великобритании и Северной Ирландии, Израиль. Средняя продолжительность пребывания иностранных туристов составила 4 дня. Экспорт туристических услуг по итогам 7 месяцев 2018 года составил \$126,1 млн, что на 17,5% больше по сравнению с аналогичным периодом 2017 года. В Беларуси в 2017 году осуществлял деятельность 1821 субъект агроэкотуризма. Численность туристов, воспользовавшихся услугами агроэкотуризма за прошлый год, составила 351,1 тыс. человек. Граждане Беларуси в общем числе агроэкотуристов составили 90%. Уже второй раз (в 2016 и 2018 гг.) Беларусь заняла первую позицию в номинации «Агротуризм» конкурса лучших туристических направлений среди популярнейших видов отдыха, согласно информации журнала National Geographic Traveler. Подготовкой кадров для туристической сферы заняты 20 высших и 8 средних учебных заведений, набор в которые составляет 2,1 тыс. человек. Беларусь попала в топ-10 наиболее привлекательных стран для путешествий в 2019 году по версии издания Lonely Planet [3].

Созданы уникальные национальные парки, разрабатываются новые маршруты по историко-культурным и экологически чистым местам, развивается агро- и экотуризм, во всех регионах и уголках страны организуются бесчисленные фестивали и праздники, где активно пропагандируется национальная культура, музыка, быт, традиции, кухня. Ещё больше предстоит сделать.

Итак, благодаря мощному импульсу со стороны государства в Беларуси сделано очень многое для формирования полноценной туристической отрасли. Однако социальный опрос в рамках данного исследования посредством онлайн-анкетирования выявил серьёзнейшую проблему. Суть её в том, что большинство белорусов, (тем более, интуристов), ничего или мало знают об историко-культурных и архитектурных объектах и достопримечательностях в радиусе региона их постоянного проживания (района, области). С другой стороны, у большинства из них существует живой интерес к познанию новых «терра инкогнито» в ближайшей доступности, бюджетному отдыху, как минимум, – в выходные дни.

Т.о., одним из важнейших направлений развития туристического бизнеса в Беларуси должен стать внутренний туризм. Весьма перспективным, по мнению авторов, является внутрорегиональный туризм, обладающий специфическими преимуществами, такими, как малозатратность, краткосрочность (активный и познавательный отдых в выходные дни), доступность.

Авторами было проведено масштабное исследование, которое включало в себя: маркетинговые исследования, а именно, онлайн- опрос нескольких сотен респондентов, выявление «портрета» потенциального потребителя услуг внутреннего туризма, основных критериев «идеальной экскурсии» с точки зрения «искушённых», опытных туристов. На основе собранных данных, была создана реальная экскурсия, рассчитана её цена для различных вариантов транспортировки.

Экскурсия включает в себя достопримечательности Брестского и Каменецкого районов. Кроме того, историко-культурные, архитектурные и религиозные объекты расположены в живописнейших уголках Брестской области. Подобные неповторимые, уникальные объекты и пейзажи есть в каждом районе Беларуси, и они достойны быть посещаемыми и знаковыми местами для туристов, как отечественных, так и иностранных.

Исследование туристического рынка показало, что экскурсионный маршрут должен быть комбинированным и включать в себя малоизвестные объекты и достопримечательности, представляющие собой историко-культурную ценность. Предпочтительное время проведения экскурсии – выходные дни и, желательно, тёплый сезон (весна – лето); заинтересованность в экскурсиях по региону у туристов довольно высока, но из-за скромного предложения туроператорами таких типов экскурсий фактический объём региональных экскурсий крайне мал. Сегодня бюджетный турист предпочитает посещение в выходной день Украины, Республики Польша, но не путешествие по своему региону.

Отдельно подчеркнём, что при рентабельности экскурсии в 12%, что уже весьма привлекательно, ценовая планка самих экскурсий находится гораздо ниже суммы, которую готовы заплатить потенциальные потребители данного туристского продукта. Следовательно, можно сделать вывод о том, что при повышении рентабельности на 3–5 %, спрос на данные экскурсии останется на том же уровне.

В случае успешной реализации данного проекта, – новой туристической экскурсии «По следам малой родины», прогнозируются следующие разновекторные эффекты: социальный (решение вопросов активного отдыха и досуга брестчан, воспитание патриотизма), образовательный (расширение, углубление историко-культурной эрудиции потенциальных туристов) и экономический (самозанятость

потенциального гида, активизация внутрирегионального туризма, развитие региональной экономики). И, если масштабировать этот совокупный эффект, создав достаточное количество подобных экскурсий, нельзя исключить вероятность увеличения притока и иностранных туристов за счет невысокой стоимости экскурсий и их информационной и историко-культурной ценности.

В заключение можно отметить, что, несмотря на то, что внутренний туризм в Беларуси лишь начинает развиваться, у него весьма большой и нераскрытый потенциал.

Литература

1. Информационный портал microAnswers [Электронный ресурс] / Информ. портал mAnswers. – Минск, 2006-2018. – Режим доступа: <http://www.microanswers.ru/article/zychajadedov-yznam-samih-sebja.html>. –Дата доступа: 27.10.2018;
2. Национальный статистический комитет Республики Беларусь [Электронный ресурс] / Нац. стат. ком. РБ – Минск, 1998-2018 – Режим доступа: http://www.belstat.gov.by/ofitsialnaya-statistika/publications/izdania/index_9294/. –Дата доступа: 26.10.2018;
3. Белорусское телеграфное агентство [Электронный ресурс] / БЕЛТА – Минск, 1999-2018. – Режим доступа: <http://www.belta.by/infographica/>– Дата доступа: 26.10.2018.

ПРЕИМУЩЕСТВА CRM-ПРОГРАММ И НЕОБХОДИМОСТЬ ВНЕДРЕНИЯ В РЕСПУБЛИКЕ БЕЛАРУСЬ

ADVANTAGES OF CRM-PROGRAMM AND NEED OF INTRODUCTION IN REPUBLIC OF BELARUS

Скопец Г. Г.

*УО «Брестский государственный технический университет»,
г. Брест, Республика Беларусь*

Skopets G. G.

*UO "Brest State Technical University",
Brest, Republic of Belarus*

Аннотация

В статье рассмотрены преимущества CRM-концепции и факторы, обуславливающие необходимость ее внедрения. Сформулированы элементы CRM программ, реализованные в том числе и в прикладных решениях фирмы «IC». Объектом исследования определены CRM программы. На основании выявленных преимуществ предложены сферы их внедрения, сформулированы влияющие факторы.

Summary

In article advantages of the CRM concept and factors causing need of its implementation are considered. The CRM elements of programs realized including in application-oriented decisions of IC are formulated. An object of a research determined CRM programs. Based on the revealed advantages spheres of their implementation are offered, contributing factors are formulated.

Индустриальная и научно-техническая революция двадцатого столетия способствовали развитию массового производства, которое распространилось во все сектора экономики: от промышленности до сферы услуг, в том числе в торговлю и маркетинг. Количественное и качественное направления совершенст-