

## ДИНАМИКА РАЗВИТИЯ ТУРИЗМА В ПОНЕМАНЬЕ

И.Ф. Скварнюк

*Гродненский государственный университет им. Я. Купалы, г. Гродно, irina\_skv@mail.ru*

Являясь одной из крупнейших динамично развивающихся отраслей мировой экономики, туризм в настоящее время пытается занять подобающее ему место в экономике нашего государства.

Республика Беларусь – молодая страна с богатой древней историей, расположенная в центре европейского континента на пересечении оживленных транзитных путей. Преимущество выгодного географического расположения используются на протяжении тысячи лет – еще в XI–XII вв. по Днепру, Западной Двине и их притокам проходил один из важнейших торговых путей средневековья «из варяг в греки». Добрососедские отношения Понеманья с сопредельными государствами Польшей, Литвой и Латвией и общность исторического развития служат предпосылками туристского обмена [1, с.15].

Посещение приграничных районов, как жителями соседних государств, так и иностранными туристами, приехавшими в эти страны, являются существенным резервом увеличения туристского потока в Понеманье. Как свидетельствуют результаты транспортных исследований БелНИИП градостроительства, туризм и отдых является целью поездок 6,6% пассажиров, пересекающих белорусско–польскую границу, в гости едут 8,7% пассажиров, деловые поездки составляют 23,7% пассажиропотока. Учитывая, что не только туристско–рекреационные. Но и гостевые, а частично и служебные поездки совмещаются с возможностью увидеть достопримечательности, посетить памятники истории и культуры, приобрести сувениры, попробовать блюда национальной кухни, только в зоне влияния трансевропейского коммуникационного коридора Париж–Берлин–Варшава–Минск–Москва количество потенциальных туристов может составить 1,5–2,5 млн. человек в год. В Понеманье в последние годы произошли значительные перемены в области туристской инфраструктуры. Возросло количество гостиничных комплексов, ведется работа по приведению его к общепризнанным мировым стандартам. По состоянию на 1 января 2011 года в Понеманье насчитывается 42 гостиницы, их единовременная вместимость 2232 места. За рассматриваемый период (2006г. – 28 гостиниц; 2007г. – 35; 2008г.– 37; 2009г. – 40) следует отметить увеличение числа гостиниц на 50%. Однако средняя загрузка составляет 39% , что объясняется общей проблемой, присущей большинству гостиниц – отсутствие классификации.[2,с.203] Хотя в гостиницах размещались граждане из довольно многочисленного круга стран, определяющее значение имеют, особенно по линии организованного туризма, прибытия и ночевки ограниченного числа стран – России, Польши, Литвы, Франции, Германии.

Таблица 1 – Динамика въездного туризма \*

Годы	Численность иностранных туристов, посетивших Понеманье			Динамика туристского потока (всего)	
	всего	в том числе из		По отношению к предыдущему году (абсл.знач./отност.)	По отношению к 2006 году (абсл.знач./отност.)
		иностраннх государств	стран СНГ		
2006	3329	1904	1425	–	–
2007	805	689	116	–2524 / –75%	–2524 / –75%
2008	649	534	115	–156 / –20%	–2680 / –80%
2009	1003	812	191	+354 / +54%	–2326 / –70%
2010	1874	1311	563	+871 / +87%	–1455/ –44%

\*Составлена по: [2,с.201]

Следует отметить и увеличение сельских усадеб, за анализируемый период их количество увеличилось в 4 раза (2006г. – 17 усадеб, 2010 – 70). Сельский туризм имеет все шансы помочь белорусской деревне и развить положительный имидж нашей страны, незаметной пока на мировом туристическом рынке.

Тенденция развития туризма в Понеманье наглядно демонстрирует статистика туризма. Динамика туристских потоков Понеманье по въездному и выездному туризму за период 2006–2010гг. представлена в таблицах 1 и 2.

За рассматриваемый период можно отметить уменьшение числа прибывших туристов в 2008 году в 5 раз по отношению к 2006 году, но в 2010 году имеются положительные тенденции – это увеличение числа прибывших туристов в 2010 году по отношению к 2009 году на 87%, хотя по отношению к 2006 году этот показатель имеет отрицательный результат – 1455 туристов, что на 44% менее уровня 2006 года.

Таблица 2 – Динамика выездного туризма \*

Годы	Численность туристов Понеманья, выезжающих за рубеж			Динамика туристского потока (всего)	
	всего	в том числе в		По отношению к предыдущему году (абсл.знач/отност.)	По отношению к 2006 году (абсл.знач/отност.)
		иностранное государство	страны СНГ		
2006	35334	31559	3775	–	–
2007	43814	38981	4833	–8480 / –24%	–8480 / –24%
2008	10019	4604	5415	–33795/ –77%	–25315 / –72%
2009	10042	5591	4451	+23 / +1%	–25292 / –71%
2010	15394	9873	5521	+5352 / +53%	–19940/ –56%

\*Составлена по: [2,с.201]

Уменьшение количества выездов максимально приходится на 2008 год (–77%) и наблюдается постепенное увеличение к 2010 году, хотя данный показатель на 56% показателя 2006 года. Причина такого спада видится, прежде всего, со вступлением основной страны направления, Польской Республики, в Евросоюз и, как следствие этого, введение визового режима, а причинами, сдерживающими развитие выездного туризма являются: образ Республики Беларусь как страны, неблагоприятной для туризма, создаваемый отдельными зарубежными средствами массовой информации и отсутствие практики создания субъектами Понеманья благоприятных условий для инвестиций в средства размещения туристов и иную туристскую инфраструктуру. Из-за неразвитости материальной базы туризма, отсутствия подготовленных для туристско-экскурсионного показа объектов, информационного вакуума упущенная прибыль составляет ежегодно десятки миллионов долларов.

Если рассмотреть структуру туристического потока, можно выделить несколько стран-лидеров по посещаемости Понеманья (таблица 3).

Таблица 3 – Структура туристского потока\*

Страны	Количество иностранных туристов, посетивших Понеманье (без стран СНГ)				
	2006г.	2007г.	2008г.	2009г.	2010г.
Польша	1079	636	394	686	1192
Германия	228	–	–	1	3
Литва	171	29	73	14	36
Франция	37	–	14	34	25
Дания	5	–	–	4	1
Латвия	68	9	12	31	–
Соединенные Штаты	29	–	–	1	–
Израиль	10	–	24	8	–
Австрия	10	–	–	17	–
Эстония	8	7	6	–	–
Другие страны	91	7	2	–	–

\*Составлена по: [2,с.202]

Рассмотрев данные о структуре туристского потока, можно сделать вывод, что приоритетными для Понеманья внешними рынками являются Польша, страны Прибалтики, Франция. В разряд других в данной таблице входят такие страны, как Бельгия, Кипр, Китай, Нидерланды, Норвегия, Швейцария, Швеция, Япония, где туристские потоки наблюдаются лишь в период с 2006 года по 2008 год.

Развитие туризма в любом регионе зависит от целого комплекса факторов, условий и ресурсов. Понеманье отличается истинно белорусским гостеприимством и уютом и имеет ряд преимуществ по сравнению с

другими регионами, что в свою очередь способствует дальнейшему развитию трансграничного туризма, созданию инфраструктуры, разработке туристских маршрутов в районе Августовского канала, продвижению туристских возможностей, развитию туристско–экскурсионного обслуживания участников ежегодного международного фестиваля творчества малых народов с посещением историко–культурного потенциала Понеманье. Развитие региональной политики будет стимулировать развитие таких отраслей экономики, как сфера услуг, сельское хозяйство, транспорт, торговля, благоустройство города и населенных пунктов, подготовка и переподготовка кадров, что поможет решить проблему занятости населения, в первую очередь молодежь.

Реализация вышеуказанных направлений требует решения ряда проблем, что возможно лишь при активном участии государства путем создания стимулов для отечественных турпредприятий. Необходима разработка на государственном уровне грамотного маркетингового подхода к созданию соответствующих условий для эффективного использования туристского потенциала в развитии въездного туризма. Для продвижения национального туристского продукта важно проведение таких мероприятий, как подготовка, издание и переиздание рекламно–информационных материалов на бумажных и электронных носителях о туристском потенциале страны, участие в международных туристических выставках, организация рекламно–информационных туров для журналистов, пишущих о туризме, реклама национального турпродукта в зарубежных СМИ и т.п. Однако первоочередной мерой по активизации использования туристского потенциала Понеманья в развитии въездного туризма является создание эффективной национальной туристской политики, которая будет содействовать развитию туризма и деятельности отечественных и зарубежных компаний в данном направлении.

#### ***Список использованных источников***

1. Маркетинг в социально–культурном сервисе и туризме. – СПб.: Изд–во СПбГУП. 2009. –288с.
2. Статистический ежегодник Гродненской области, 2011