

УДК 908

**РАЗВИТИЕ ВНУТРЕННЕГО ТУРИЗМА В МОЛОДЕЖНОЙ СРЕДЕ
КАК ОДИН ИЗ ФАКТОРОВ РОСТА МЕЖДУНАРОДНОГО ТУРИЗМА
В РЕСПУБЛИКЕ БЕЛАРУСЬ**

Р.А. Лизакова¹, В.В. Москалева²

Барановичский государственный университет,
roza.gomel@yandex.by¹, volosyveroniki@gmail.com²

Республика Беларусь относится к тем странам, которые активно развивают отрасли непродовольственной сферы, в том числе и туризм. Беларусь не располагает на своей территории культурно-историческими памятниками мирового значения, как Египетские пирамиды, не имеет ярко вы-

раженных уникальных отличительных особенностей ландшафта, отсутствует морское побережье. Но она имеет близких соседей, которые по своему финансовому потенциалу являются серьезным ресурсом для туризма. Принимаемые правительством решения по наращиванию объектов туристической индустрии, по изменению визового режима способствуют росту туристических потоков в Республику Беларусь, что отражает статистика (таблица 1).

Таблица 1. — Динамики туристических потоков в Республике Беларусь

	2014	2015	2016	2017
Численность организованных туристов, посетивших Республику Беларусь, чел.	137 444	276 260	217 398	282 694
Численность туристов и экскурсантов, направленных в туры в пределах территории Республики Беларусь, чел.	703 702	836 776	1 001 848	976 780
из них туристов	56 213	91 528	83 555	82 126

Примечание — источник: [1]

Из данных таблицы 1 видно, что в целом мы имеем положительную динамику туристических потоков, особенно, что касается туров в пределах Беларуси. Но это не такие большие цифры. Количество туристов, посетивших Литву в 2017 году с ночевкой, составило более 2,5 миллиона человек, из них 81% иностранцы [2]. Если взять численность трудоспособного населения и количество экскурсантов из таблицы 1, то процент последних составит около 13. Естественно, у нас не равные условия по визовым режимам, но белорусов в Литву в 2017-м приехало больше, чем туристов из любой другой страны. Показатель в 968 тысяч человек оказался на 17% больше того, что был зафиксирован в 2016 году. Согласно опубликованным данным среднестатистический турист оставляет в Литве 345,4 евро за поездку [3]. Список стран мира по индексу конкурентоспособности путешествий и туризма, к сожалению, не включает Республику Беларусь. Этому есть ряд причин, как субъективного, так и объективного характера. На наш взгляд, одной из таких причин является отсутствие интереса у жителей Беларуси самим посещать свои исторические места или другие знакомые места на территории республики, поэтому белорусами и не создается информационное поле о значимости своих туристических объектов. Это связано в первую очередь с тем, что у жителей Беларуси отдых в ее пределах традиционно ассоциируется с дотационно-профсоюзной сферой, т.е. многие белорусы привыкли ездить за свою жизнь в пионерлагеря, турбазы, санатории, профилактории и дома отдыха условно бесплатно: за минимальный процент от стоимости. В связи с этим факт 100% оплаты такого отдыха в пределах Беларуси многими представляется не престижным. У основной массы людей просто отсутствует внутренняя потребность к изучению истории и культуры Беларуси, отсюда и отсутствие потребности в посещении ее знаковых мест.

Нами был проведен опрос в социальных сетях, имевший целью определить желание молодежи посещать историко-культурные центры Беларуси. На запрашиваемые вопросы откликнулось 50 человек: 55% девушки и 45% - юноши в возрасте от 16 до 27 лет (77% в возрасте от 18 до 22). Из 50 опрошиваемых только 6 человек (12%) ответили, что, что, если бы позволял бюджет, они бы в первую очередь выбрали бы хорошую поездку в Беларуси. В Европу бы отправилось 52% респондентов. В приоритете находится Чехия, Англия, Германия). При посещении мест в Беларуси голова (50 человек) распределились достаточно предсказуемо, что представлено в таблице 2.

Таблица 2. — Приоритетные экскурсионные направления

Место посещения	Процент желающих посетить
Мирский замок	28
Беловежская пуца	26
Мемориальный комплекс «Хатынь»	18
итого	72

По результатам опроса видно, что основная масса респондентов посетила бы те места, которые обладают значительным информационным полем в Беларуси. Эти названия на слуху, с этими названиями сталкиваются в школе, вузе, в СМИ. С нашей точки зрения, положительным является

то, что в данном списке есть Хатынь, что подчеркивает интерес молодежи к трагической странице истории Беларуси. Остальные 28% распределились примерно одинаково: Минск, Браславские и Нарочанские озера, гастрономические туры, Дудutki, усадьба загородного типа с сауной и бассейном.

Так же был задан вопрос: «Что Вам мешает путешествовать по Беларуси?». Ответы распределились следующим образом: отсутствие интересных предложений – 43%, отсутствие денег 41%; сначала посетить чужие страны, а свою - всегда успею – 10%, отсутствие желания – 6%. Таким образом, на отсутствие предложений указывает 43%, но только 30% респондентов указали сайты, на которых они искали предложения. Следовательно, 13 % ждут, когда их позовут по интересу. Туристический объект – это, как правило, не логическая схема для человека. Это интуитивное желание, основанное на определенных эмоциях. Но эмоции на туристический объект не возникнут ниоткуда. Этот интерес надо формировать и формировать не только на конкретный объект, а на мировоззрение в целом, на интерес к своей стране. По поводу отсутствия материальных возможностей, то, к сожалению, такое присутствует. Но не следует забывать, что только 12% из респондентов при наличии бюджета отправились бы путешествовать по Беларуси. 88% вывезли бы деньги в другую страну. Помимо прочего был задан вопрос: «Что Вы считаете туристическим брендом нашей страны для международного туризма?». Конкретно ответили 42 чел., остальные написали, что они в этом вопросе не разбираются. Среди ответов: природа, картошка, драники, Мирский замок, Беловежская пуца, зубр, балалайка, леса и т.п. Никто не ответил, что есть цветок василька, который стилизируют в разных вариантах, как логотип страны. Тем более, что компания Белавиа тоже пошла в данном направлении. Но, к сожалению, иностранцы еще не узнают наш василек, а свои не в курсе, что есть такой логотип.

1 марта 2019 г. на встрече с представителями общественности и экспертного сообщества, белорусских и зарубежных СМИ Президент Беларуси высказал мнение, что идеологическая работа в стране ведется не на достаточном уровне и необходимо «четко сформулировать национальную идею. Вот такую идею, которая бы захватила весь народ» [4]. Президент также отметил, что нужны новые формы идеологической работы. С нашей точки зрения, надо начинать с формирования системы методического возрождения у населения интереса к собственной стране, с самоидентификации жителей Беларуси с конкретной географической территорией. Изучать в школе не исторические даты, а формировать интерес к своей реальной истории. Нужно не жалеть средств на видеоинформацию. Сейчас появились интересные телепроекты [5]. Но надо, чтобы их смотрели не только профессионалы, но и широкая публика. Уже в начальных классах на соответствующих уроках следует показывать видеосюжеты. Безусловно, это дополнительная нагрузка на преподавателя, на материальную часть учебного заведения. Но с формирования интереса самих белорусов к своей истории, начнет активно формироваться интерес и за рубежом к нашей стране, т.к. каждый гражданин страны будет формировать мнение о Беларуси, четко зная, что она собой представляет, как страна с ее особенностями и ценностями.

Список использованных источников:

1. Национальный статистический комитет Республики Беларусь // Официальная статистика. Туризм [Электронный ресурс]. URL: <http://www.belstat.gov.by/o> (дата обращения 6.03.2019)
2. Яндекс. Новости // Путешествия [Электронный ресурс]. URL: <https://news.yandex.ru/story> (дата обращения 6.03.2019)
3. Sputnik. Беларусь. //Новости [Электронный ресурс]. URL: <https://sputnik.by/tourism> (дата обращения 11.03.2019)
4. Белта. Новости Беларуси [Электронный ресурс]. URL: <https://www.belta.by/president/view/rabotu-ideologov> (дата доступа 5.03.2019)
5. Беларусь 24 [Электронный ресурс]. URL: <https://belarus24.by/schedule> (дата обращения 18.03.2019)