

## **ПРОБЛЕМЫ И ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ МЕЖДУНАРОДНОГО ТУРИЗМА В РЕСПУБЛИКЕ БЕЛАРУСЬ**

**И.Н. Малашук<sup>1</sup>, А.А. Гошка<sup>2</sup>**

*Бобруйский филиал Белорусского государственного экономического университета,*

*<sup>1</sup>[skinder2008@yandex.ru](mailto:skinder2008@yandex.ru); <sup>2</sup>[alla\\_mor@tut.by](mailto:alla_mor@tut.by)*

Развитие туризма в любой стране, регионе зависит от целого комплекса факторов, условий и ресурсов. В явном выигрыше находятся те страны, которые имеют выход к морю. Несмотря на то что Беларусь не располагает этим основополагающим для туризма ресурсом, она все же обладает рядом преимуществ по сравнению с другими странами. Наиболее значимыми из них являются:

- близость к западноевропейским и скандинавским странам, которые как туристский рынок обладают высоким финансовым потенциалом;
- наличие общих границ с Россией, Украиной и странами Балтии, что является значимой предпосылкой для развития трансграничного туризма;

- самобытная культура, древняя и богатая история (15 тыс. объектов, находящихся на территории Республики Беларусь, имеют историческую, культурную, архитектурную значимость);
- богатый природный потенциал, включающий уникальные водно–болотные угодья, реликтовый лес – Беловежскую пуцу и т. д.

Важнейшим направлением в совершенствовании туристической деятельности является развитие международного туризма.

При подведении итогов социально–экономического развития Республики Беларусь за 2014 г. отмечалось: «В 2014 г., объявленном Годом гостеприимства, основными направлениями развития индустрии туризма... были повышение качества услуг и обслуживания туристов, модернизация объектов индустрии туризма, продвижение национальных туров и экскурсий на мировом и внутреннем рынках туристических услуг... В целом экспорт туристических услуг за январь–ноябрь 2014 г. составил 236,0 млн долл. США (3,7 % всего экспорта услуг), что на 8,6 % больше, чем за аналогичный период 2013 г. В ТОП–10 стран по экспорту туристических услуг за данный период вошли Россия (68,8 %), Великобритания (3,7), Германия (2,5), Украина (2,1), Турция (1,5), Кипр (1,5), Австрия (1,3), Италия (1,2), Польша (1,2) и Литва (1,0 %). При этом страны СНГ составили 73 %. Наибольшей популярностью пользовались путешествия по экскурсионным программам и зеленым маршрутам, а также отдых в кемпингах. Самыми востребованными стали туры в Мир, Несвиж, Полоцк и др.» [1, с. 52].

Интенсивно в 2014 г. осуществлялся экспорт туристических услуг в контексте спортивного туризма, что было обусловлено проведением Чемпионата мира по хоккею в г. Минске. Нашу страну посетило около 100 тысяч туристов (болельщиков) из разных стран, например России, Латвии, Чехии, Словакии, Германии, Финляндии. По оценкам гостей белорусские гостиницы получили 8,5 балла из 10 возможных, только в мае сумма экспорта туристических услуг возросла до 12 млн долл. США. При организации хоккейного чемпионата был использован безвизовый въезд, которым воспользовалось более 31 тысячи болельщиков. Эффективность данного мероприятия по привлечению туристов очевидна. Подготовлены предложения по безвизовому посещению белорусской части Беловежской пуцы и список спортивных мероприятий, участники которых будут иметь право безвизового въезда на территорию Беларуси.

При этом необходимо отметить, что по–прежнему основными факторами, сдерживающими развитие въездного туризма в Республике Беларусь, в настоящее время остаются:

- образ Республики Беларусь как страны, проблематичной для туризма, создаваемый отдельными зарубежными и отечественными средствами массовой информации;
- действующий порядок выдачи белорусских виз гражданам иностранных государств, безопасных в миграционном отношении, не всегда способствующий росту въездного туризма;
- отсутствие практики создания субъектами хозяйствования Республики Беларусь благоприятных условий для инвестиций в средства размещения туристов и иную туристскую инфраструктуру;
- несоответствие цены и качества размещения в гостиницах и др. [2, с. 33].

Говоря о перспективах развития рынка туристических услуг, необходимо отметить значимость Национальной программы развития туризма на 2006 – 2010 и 2011 – 2015 гг. «В соответствии с подпрограммой «Развитие объектов туристической индустрии»... построено и реконструировано значительное количество объектов. Только в г. Минске в 2014 г. открылось 14 новых отелей, уникальное здание музея Великой Отечественной войны и аквапарк «Лебяжий» [1, с. 52]. Очевидно, что выполнение намечаемых Программой мероприятий привело к укреплению материально–технической базы туризма, расширению многообразия и географии туристских маршрутов.

Одним из наиболее приоритетных направлений развития въездного туризма в Республике Беларусь является агротуризм. Создано общественное объединение «Отдых в деревне». Для того, чтобы программа отдыха была познавательной и интересной, важна ее связь и с нематериальным наследием – фольклор, ремесла, традиции и обычаи. Эта взаимосвязь по–разному может быть представлена на региональном уровне: на Гомельщине – уникальные обряды «Паханне стралы» и «Тураўскі карагодак», неглюбские рушники; на Минщине – обряд хождения со звездой; на Витебщине – масленичное гадание с ложками, «Вишневы фестываль» в Глубоком; на Брестчине – «Совиный фестываль» в Пружанском, «Мотальскія прысмакі» в Ивановском и «Спораўскія сенакосы» в Березовском районах, ритуальное очищение дежи и т.д.

Эти особенности способствуют продвижению и позиционированию туристического продукта на внешних рынках. Так «Столинский район успешно позиционирует себя как Полесская Амазония и приглашает всех испытать болотный драйв. Дрибинский район, где сильна традиция вален-

котворения, именуется «Краінай шапавалаў». «Муховэцька кумора» в Кобринском и Жабинковском районах славится воссозданием части пути «из варяг в греки». Лучшей в Беларуси в 2014 г. признана агроусадьба «Мазычи». Ей достался Гран–при республиканского конкурса, ежегодно проводимого ОАО «Белагпропромбанк» среди субъектов агроэкотуризма» [1, с. 52].

Анализируя современное состояние въездного туризма в Республике Беларусь, необходимо отметить, что в стране увеличивается количество туристических объектов, притягательных для иностранных гостей, положительные тенденции имеет создание определенной базы для обслуживания въездного туризма, а при реализации концепции маркетинга в сфере оказания туристических услуг имеет место сбалансированность трех основных факторов: стремление к получению прибыли, учёт покупательских потребностей и интересов общества.

***Список использованных источников:***

1. Итоги социально–экономического развития Республики Беларусь за 2014г. // Экономический бюллетень. – 2015. – № 2. – С. 4 – 72.
2. Кухаревич, Е.И. Туризм и туристические ресурсы в Республике Беларусь / Е.И. Кухаревич, Е.М. Палковская, В.В. Соболев, – Минск: Национальный статистический комитет РБ, 2011. – 131 с.