

РАЗДЕЛ 4. МЕЖДУНАРОДНЫЙ ТУРИЗМ. ТАМОЖЕННОЕ ДЕЛО

Динамика и региональная структура посетителей ОАО «Белагроздравица» филиал «Санаторий «Радон»

*Бахар Д. Д., студ. V к. БГУ,
науч. рук. Решетников Д. Г., канд. геогр. наук, доц.*

В 2011 г. руководство санатория «Радон» поставило перед собой цель увеличить экспорт санаторно-курортных услуг путем увеличения количества прямых обращений иностранных пациентов в отдел продаж посредством электронных каналов связи (телефон, чат, e-mail) и, как следствие, увеличить прямые продажи. Ранее на зарубежных рынках (прежде всего, Российской Федерации) санаторий активно и успешно работал с турагентствами. В 2013 г. экспорт услуг превысил объем услуг, оказанных отечественным отдыхающим на 15,4 %, а в 2015 уже на 23 %. Данные по количеству проданных путевок приведены в таблице 1 (табл. 1).

Таблица 1 — Динамика и региональная структура посетителей санатория «Радон» за период 2011-2015 гг.

Регион/страна	2011 г.	2012 г.	2013 г.	2014 г.	2015 г.
РБ	5184	5449	4509	4727	4502
Страны СНГ (Без РБ)	4116	4895	6382	7252	6987
Зарубежные страны вне СНГ	93	132	177	191	185
ВСЕГО	9393	10476	11368	12170	11674

Источник: разработка автора на основе [1]

Данные, приведенные в таблице, свидетельствуют о том, что санаторию удалось успешно реализовать поставленную цель увеличения экспортных продаж. С каждым годом наблюдается рост доли иностранных отдыхающих, при этом общее количество реализованных путевок неизменно растет. В 2015 г. году в течение 3 месяцев на ремонт был полностью закрыт 6-й этаж, что обусловило меньшую пропускную способность санатория, и, как следствие уменьшение продаж. Но, несмотря на это, в относительном выражении удельный вес иностранных граждан в сравнении с 2014 г. вырос на 1 %. Это было обусловлено решением сравнить стоимость путевки для белорусских и иностранных граждан с начала 2015 г. Данное решение было

принято в связи со значительным ростом курса иностранной валюты, что обуславливало большую разницу в стоимости путевок. В целом за последние 5 лет в санатории прошли лечение 55081 человек [1].

Основными потребителями санаторно-курортного продукта санатория «Радон» являются отдыхающие из стран СНГ, при этом около 70 % из них — граждане Российской Федерации. Значительную долю составляют гости из стран СНГ (рис. 1).



Рис. 1 — Структура гостей санатория «Радон» из стран СНГ за 2015 г.

Источник: разработка автора на основе [1]

Высокий интерес отдыхающих из стран СНГ к лечению и оздоровлению в санатории «Радон» обусловлен несколькими факторами:

- безвизовый режим;
- удобное географическое положение;
- хорошая репутация санатория;
- относительно недорогая стоимость путевки в сравнении с санаториями со схожим профилем;
- высокое качество услуг и профессионализм персонала.

Что касается отдыхающих из стран вне СНГ, то их доля в общей структуре потребителей невелика (около 1,5 % в 2015 г.) и представлена государствами Прибалтики (в большей степени Эстония) и странами Центральной и Западной Европы (Польша, Германия, Франция и Италия), а также Канадой и Израилем. Сдерживающим фактором привлечения данной группы гостей является языковой барьер [1].

Обобщая все вышесказанное, можно сделать вывод, что поставив перед собой цель не только увеличить продажи, но и привлечь иностранных потребителей санаторно-курортного продукта, санаторию «Радон» удалось достичь высоких показателей роста экспорта услуг. В 2015 г. доля иностранных отдыхающих в общей структуре потребителей составила 62 %.

Литература

1. База данных отдела маркетинга ОАО «Белагроздравница» филиал «Санаторий «Радон».

Подходы к определению понятия «безбарьерный туризм»

*Борисенко-Клепач Н. М., асп. БГУ,
науч. рук. Гайдукевич Л. М., д-р ист. наук, доц.*

О безбарьерном туризме на официальном уровне заговорили относительно недавно — в 2005 году, когда Всемирная туристская организация сформулировала резолюцию в поддержку «безбарьерного туризма для всех». Данная резолюция рассматривается как ключевой документ на пути к повышению доступности туризма. Чаще всего под безбарьерным туризмом понимается туризм для людей с инвалидностью, однако в последнее время доминирует более широкое понимание данного понятия.

Если обратиться к Конвенции ООН о правах инвалидов (2008 г.), которую Беларусь подписала в 2015 г., то статья 30 говорит о том, что люди с инвалидностью имеют право участвовать наравне с другими в культурной жизни, проведении досуга и отдыха. В пункте 5 данной статьи говорится, что «чтобы наделить инвалидов возможностью участвовать наравне с другими в проведении досуга и отдыха и в спортивных мероприятиях, государства-участники принимают надлежащие меры <...> для обеспечения того, чтобы инвалиды имели доступ к спортивным, рекреационным и туристическим объектам», а также «для обеспечения того, чтобы инвалиды имели доступ к услугам тех, кто занимается организацией досуга, туризма, отдыха и спортивных мероприятий» [1].

Стоит отметить, что существуют различные термины, характеризующие безбарьерный туризм, такие как «туризм для всех» (англ. «tourism for all»), «инклюзивный туризм» (англ. «inclusive tourism»), которые по своему содержанию практически одинаковы. Например, концепция «туризм для всех» подразумевает, что каждый должен иметь возможность отправиться в страну, путешествовать внутри страны и посетить любое место, достопримечательность или мероприятие, которое он хочет посетить [3]. Под инклюзивным туризмом понимается среда, в которой люди любого возраста и физических возможностей чувствуют себя желанными клиентами и гостями [5].

Наиболее распространен в литературе английский термин «accessible tourism», который при дословном переводе на русский звучал бы как «доступный туризм». Однако при такой формулировке данное понятие имело