

Литература

1. Камерон, К., Куинн, Р. Диагностика и изменение организационной культуры / К. Камерон, Р. Куинн; пер. с англ. под ред. И. В. Андреевой. – СПб. : Питер, 2001. – 320 с.
2. Соломанидина, Т. О. Организационная культура компании: учеб. пособие / Т. О. Соломанидина. – М. : ИНФРА-М, 2013. 624 с.
3. Лалу, Фредерик. Открывая организации будущего / Фредерик Лалу. – М. : Манн, Иванов и Фербер, 2017. – 405 с.
4. Мильнер, Б. З. Теория организации: учебник / Б. З. Мильнер. – М. : ИНФРА-М, 2006. – 720 с.
5. Гройсберг, Б. Навигатор по корпоративной культуре. [Электронный ресурс] Harvard Business Review Россия. – Режим доступа: <http://hbr-russia.ru/management/korporativnyy-opyt/a25721>. – Дата доступа: 22.04.2018.
6. Интервью директора компании «Инко-Фуд» Стемпеня К. [Электронный ресурс] – Режим доступа: <http://produkt.by/story/inko-fud-v-yubiley-naturalnye-podarki>. – Дата доступа: 20.10.2017.
7. Интервью председателя Наблюдательного совета компаний «Савушкин продукт» и «Санта Бремор» Мошенского А. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://probusiness.io/experience/1374-aleksandr-moshenskiy-okomande-roli-lidera-i-predprinimatelstve.html>. – Дата доступа: 22.01.2018.

ПРОБЛЕМЫ РАЗВИТИЯ ВНУТРЕННЕГО ТУРИЗМА В РЕСПУБЛИКЕ БЕЛАРУСЬ

Д. Г. Клименкова

Белорусский государственный университет,
факультет социокультурных коммуникаций,

ул. Курчатова, 5, 220108,

Минск, Республика Беларусь

e-mail: dasha060499@mail.ru

В статье анализируются результаты проведенного исследования состояния внутреннего туризма в Республике Беларусь, который способствует созданию позитивного имиджа страны и инвестиционной привлекательности, повышению образовательного и культурного уровня населения. На основе проведенного анкетирования и анализа туристической инфраструктуры выявлены проблемы, которые сдерживают развитие внутреннего туризма в Республике Беларусь, и разработаны рекомендации для более успешного развития внутреннего туризма.

Ключевые слова: туризм, внутренний туризм, Республика Беларусь, путешествие, туристический продукт.

PROBLEMS OF DOMESTIC TOURISM DEVELOPMENT IN THE REPUBLIC OF BELARUS

D. G. Klimenkova

Belarusian State University, Sociocultural Communications Department,
Kurchatov St. 5, 220108, Minsk, Republic of Belarus

e-mail: dasha060499@mail.ru

The article summarizes the results of the study considering the state of domestic tourism in the Republic of Belarus, which contributes to the creation of a positive image of the country and its investment attractiveness, to an increase in the educational and cultural level of the population. Based on the survey and analysis of the tourist infrastructure, problems that hinder the development of domestic tourism in the Republic of Belarus have been identified, and recommendations have been developed for more successful development of domestic tourism.

Key words: tourism, domestic tourism, the Republic of Belarus, travel, tourist product.

Туризм в Беларуси является составной частью социально-культурной жизни и социально-экономического развития страны, а внутренний туризм признан одним из приоритетных направлений регулирования государством туристической деятельности. Внутренний туризм — туристическое путешествие граждан Республики Беларусь в пределах территории своей страны [3]. Благодаря его развитию могут возрождаться забытые территории, регионы и районы республики, привлекая инвесторов к восстановлению историко-культурных объектов и созданию туристических комплексов. Обладая туристическим потенциалом и туристическими ресурсами, наша страна должна грамотно их использовать во внутреннем туризме, что не всегда получается успешно. Это и делает актуальным проблему развития внутреннего туризма в Беларуси.

Мы провели исследование, целью которого было получение сведений о состоянии внутреннего туризма в Республике Беларусь. Мы попытались проследить, как часто и с какими целями граждане Республики Беларусь путешествуют по своей стране; выяснить, знает ли население Республики Беларусь туристические места и объекты своей страны; узнать мнение населения Республики Беларусь о пер-

спективности и проблемах внутреннего туризма. Исследование проводилось методом анкетирования, выборка которого составила 180 человек в возрасте от 16 до 70 лет.

Среди 180 опрошенных белорусов 88,8 % путешествуют по Беларуси, но не слишком часто: 38,3 % — минимум раз в год, 28,9 % — менее 1 раза в год, 17,2 % — минимум раз в полгода, 4,4 % — минимум раз в месяц. Это люди разных возрастов и социальных групп. Что касается длительности поездок по Беларуси, то путешествия 36,7 % респондентов длятся сутки; 24,4 % — 2 дня; 19,4 % — 3-4 дня; 4,4 % — 1 неделю; 3,3 % — 2-3 недели; 1,7 % — 5-6 дней; 1,1 % — месяц и более. 8,9 % респондентов не путешествуют по Беларуси.

Анкетирование помогло выявить основную цель путешествий белорусов — это культурно-познавательная цель (48,4 %, или 87 человек), к которой можно отнести знакомство с различными историческими, архитектурными или культурными эпохами путем посещения архитектурных памятников, исторических маршрутов; знакомство с традициями и обычаями; знакомство с памятниками природы; посещение театров и музеев. Все это, безусловно, способствует созданию позитивного имиджа, инвестиционной привлекательности, содействует повышению образовательного и культурного уровня населения, уважения к своей национальной культуре.

Конечно, в одной поездке могут пересекаться несколько целей. Так, большинство белорусов в возрасте 40 лет и старше ездят по своей стране с целью посещения родственников (30,6 %, или 55). Указывая эту цель, респонденты также отмечали целью отдых и рекреацию (28,9 %, или 52).

С целью посещения спортивных, культурных и других мероприятий (соревнований, концертов, фестивалей) (25 %, или 45), активного отдыха (11,7 %, или 21), посещения семинаров, курсов и других образовательных программ (4,4 %, или 8), в основном, путешествуют люди от 16 до 33 лет, которые являются студентами или работающими.

Если говорить об уровне осведомленности белорусов о своих же достопримечательностях и туристических местах, то он достаточно высок. Было получено большое количество разнообразных ответов. Почти все респонденты, в том числе и те, которые не путешествуют по Беларуси, смогли назвать хотя бы несколько самых популярных туристических объектов страны. Также, судя по упоминанию желае-

мых для посещения достопримечательностей, большое количество белорусов еще только планируют открыть новые для себя места. В среднем респонденты указывали по 3-4 варианта. 120 раз респонденты указали Мирский замок; 92 — Дворцово-парковый комплекс в Несвиже; 62 — Мемориальный комплекс «Брестская крепость»; 51 — Национальный парк Беловежская пуща; 36 — Мемориальный комплекс «Хатынь»; 25 — Национальный парк Браславские озера; 16 — Музейный комплекс «Дудutki», 14 — Новогрудский замок.

Не могут не порадовать ответы на вопрос о перспективности развития туризма внутри Беларуси. 81 % респондентов считают, что внутренний туризм достаточно перспективное направление для Беларуси. Стоит отметить, что так не думают только те люди, которые не путешествуют по Беларуси.

60 % респондентов считают, что цена на туристические услуги внутри Беларуси завышена. Естественно, это сказывается на количестве отечественных туристов. Но не только это является проблемой развития внутреннего туризма в Беларуси. Большинство белорусов считают, что они заключаются в нехватке качественной рекламы туристических объектов (60 %, или 150 человек), небольшом количестве интересных туристических маршрутов и тематических экскурсий (52,8 %, или 95) и мероприятий событийного туризма (44,4 %, или 80). В основном эти варианты выбирали респонденты в возрасте от 16 до 39 лет. Люди в возрасте от 40 до 51 года ко всему предыдущему также добавляют проблему нехватки квалифицированных экскурсоводов и гидов и услуг туроператоров и турагентов (24,4 %, или 44). Респонденты в возрасте от 52 лет и старше видят проблему развития внутреннего туризма в недостаточном количестве средств размещения (15,6 %, или 28), транспортных услуг (14,4 %, или 26) и услуг питания (12,2 %, или 22). Также некоторые респонденты считают, что развитие внутреннего туризма сдерживает недостаточная работа по реставрации историко-культурных объектов.

Чтобы понять, насколько объективны мнения респондентов, стоит обратиться к статистике о состоянии туристической инфраструктуры в Республике Беларусь. Проанализировав туристическую инфраструктуру Республики Беларусь, можно сделать следующие выводы. Объектов познавательного, делового, оздоровительного, спортивного и иного назначения в Беларуси достаточно, как и услуг туроператоров, турагентов и экскурсионных организаций (в 2017 г.

1444 организации осуществляли туристическую деятельность). Что касается таких важных составляющих, как средства размещения (в 2017 г. 586 средств размещения различных видов предоставляли свои услуги), услуги питания (в 2017 г. действовало 14 896 мест общественного питания) и транспорт, то, возможно, этого количества достаточно для белорусов, но их состояние характеризуется в основном устаревшей материально-технической базой [2].

Большинство гостиниц, особенно в регионах, не имеют даже статуса однозвездочного отеля и вообще не отвечают современным стандартам. Объектов общественного питания в районных центрах не так много, но даже они не могут похвастаться качественным сервисом. Видов транспорта достаточно, но большинство из них уже устарели, также есть проблема с тем, чтобы добраться до какого-либо туристического объекта. Именно слабое развитие инфраструктуры, сферы услуг и сервисного обслуживания в местах отдыха и на туристических маршрутах затрудняет развитие не только въездного, но и внутреннего туризма в Республике Беларусь [1].

Итак, на основе проведенного анкетирования и анализа туристической инфраструктуры можно выявить проблемы, которые сдерживают развитие внутреннего туризма в Республике Беларусь. Среди них:

- слабая реклама туристического продукта;
- недостаточное количество интересных туристических маршрутов и мероприятий событийного туризма;
- отсутствие квалифицированных кадров в сфере туризма;
- низкие темпы реставрации, реконструкции или ремонта многих историко-культурных памятников;
- завышенная цена на туристические услуги;
- нехватка транспортных услуг;
- небольшое количество средств размещения с современным уровнем комфорта, отсутствие как для частных, так и для государственных гостиниц классификации по уровню сервиса (большинство из них не обладает даже статусом однозвездочного отеля);
- небольшое количество объектов общественного питания, отвечающих международным стандартам.

Решение указанных проблем позволит рационально использовать природное богатство Беларуси, создать новые рабочие места

и будет способствовать организации отдыха и развитию досуга как жителей Республики Беларусь, так и иностранных туристов.

В качестве мероприятий, направленных на развитие внутреннего туризма, рекомендовано следующее:

- организация рекламной кампании по популяризации туризма и его объектов в регионе и вне (отечественный и международный рынок), возможности проведения региональных и участия в национальных туристических ярмарках и выставках;
- стимулирование развития внутреннего туризма путем разработки новых туристических маршрутов, возведения новых объектов, проведения фестивалей и концертов;
- подготовка квалифицированных кадров (особенно региональных) для туристической отрасли;
- активная деятельность по развитию, реставрации, реконструкции, модернизации объектов и территорий туризма, реабилитация ранее популярных, но утраченных туристических маршрутов и разработка новых;
- проведение более гибкой ценовой политики по отношению к гражданам Беларуси путем предоставления скидок и льгот на посещение музеев, проживание, проезд, экскурсии и т. д.;
- развитие транспортных услуг, замена устаревшего транспорта более новым;
- реконструкция гостиничного хозяйства и предложение альтернативных форм размещения туристов (частных отелей-пансионов, использование нерентабельных рекреационных учреждений, аренда жилья и т. п.);
- усиленная работа по усовершенствованию услуг общественного питания.

Необходимость решения стоящих перед туристической отраслью задач развития внутреннего туризма очевидна. Беларусь обладает большим неиспользованным потенциалом. Он заключается в многообразии и красоте природы, уникальности историко-культурного наследия. В республике насчитывается более 15 тыс. объектов, имеющих историческую, культурную, архитектурную значимость, а также памятных мест, связанных с именами выдающихся деятелей мировой истории и культуры. На их основе можно сформировать конкурентоспособные туристические продукты и успешно развивать внутренний туризм.

Литература

1. Горбылева, З. М. Особенности развития туристической индустрии Беларуси в условиях глобализации / З. М. Горбылева, И. А. Шамардина // Актуальные проблемы гуманитарных и естественных наук. – 2017. – № 1. – С. 10–13
2. О развитии туризма, деятельности туристических организаций, коллективных средств размещения Республики Беларусь за 2017 год. – Минск : Национальный статистический комитет Республики Беларусь, 2018. – 36 с.
3. Решетников, Д. Г. География туризма Республики Беларусь: учеб.-метод. пособие / Д. Г. Решетников. – Минск : Четыре четверти, 2011. – 248 с.

КРЫЗІС ДАВЕРУ ДА МЕДЫЯ І ЦЯЖКАСЦІ САЦЫЯЛЬНАГА СТАНАЎЛЕННЯ

А. Д. Крывалап

Полацкі дзяржаўны ўніверсітэт,
Фінансава-эканамічны факультэт, вул. Блахіна, 29, 211440,
г. Наваполацк, Рэспубліка Беларусь
e-mail: a.krivolap@psu.by

Артыкул прысвечаны абгрунтаванню правамернасці выкарыстання канцэпцыі даверу і сацыяльнага станаўлення, якія былі прапанаваны П. Штомпам у кантэксце практыкі медыя-спажывання. Разглядаецца эвалюцыя сацыялагічнай канцэпцыі даверу і магчымасці яе выкарыстання для разумення ролі і месца медыя ў сферы інфармацыйнай бяспекі.

Ключавыя словы: культура, давер, медыя, інфармацыйная бяспека, прастора, культурная ідэнтычнасць, залежнасць.

THE CRISIS OF TRUST TO MEDIA AND DIFFICULTIES OF SOCIAL BECOMING

A. D. Krivolap

Polatsk State University,
Finance and Economy Department, Blakhin St. 29, 211440,
Navapolatsk,
Republic of Belarus
e-mail: a.krivolap@psu.by