

Недостаточное количество гостиниц туристского класса, отсутствие специализированных туристических баз являются важнейшими факторами, сдерживающими развитие туризма (особенно въездного), в Могилевской области. Результаты исследований, проведенных по данному региону, отмечают невысокие показатели, характеризующие предложение и инфраструктуру туристических ресурсов.

Несмотря на то, что туристические ресурсы Гомельской области не обладают высокой привлекательностью, и она принимает лишь десятую часть от въездного туристического потока республики, в регионе в последние годы отмечается ускоренное формирование туристической инфраструктуры. Всего в Гомельской области в течение 2008—2010 гг. в рамках развития инфраструктуры туризма были запланированы работы на 126 объектах туризма и отдыха, планируемая сумма средств составляла около 39 млрд рублей.

Неразвитость инфраструктуры туризма отмечается и в Минской области. Недостаточное количество гостиниц, учреждений культуры, организаций торговли и общественного питания не позволяет на должном уровне поддерживать предложение туристических услуг. Однако особенностью Минской области как туристического региона является наличие широкой сети санаторных учреждений, круглогодично оказывающих отечественным и иностранным гражданам лечебно-оздоровительные услуги. Данному региону принадлежит первое место в республике по числу санаторно-оздоровительных организаций и количеству мест в таких организациях.

По уровню развития инфраструктуры индустрии туризма по сравнению с другими регионами Республики Беларусь значительно выделяется г. Минск. Для Минска отмечается высокая доля гостиниц категорий 3—5 звезды, обладающих большим фондом мест единовременной вместимости, предлагающих высококачественное обслуживание.

К чемпионату мира по хоккею в 2014 г. в Минске планируется построить 12—15 гостиниц (по прогнозам Беларусь посетит 400—500 тыс. туристов). Общее количество единовременных мест для размещения туристов к 2014 г. составит 20 тыс. мест против 5,6 тыс. мест имеющихся в настоящее время.

Для Минска отмечается наиболее высокий уровень таких показателей развития инфраструктуры, как размеры библиотечного фонда, количество театров, средняя площадь организации торговли и общественного питания, розничный товарооборот на 1000 жителей, объем бытовых услуг на 1000 жителей и некоторых других, что повышает привлекательность города для иностранных туристов.

ТУРИСТИЧЕСКАЯ ПРИВЛЕКАТЕЛЬНОСТЬ БЕЛАРУСИ (СОЦИОЛОГИЧЕСКИЙ АСПЕКТ)

Гайдукевич Л. М., Белорусский государственный университет

Проведенное исследование показывает, что Республика Беларусь по посещаемости среди респондентов занимает первое место. Второе место среди стран, которые чаще всего посещают опрошенные респонденты, занимает Российская Федерация (11,2 %), третье — Украина (5,2), четвертое — Польша (5,1), (методом опроса было изучено мнение 350 респондентов). Мотивами наиболее частого посещения туристами этих стран являются объективно складывающиеся исторические, культурные, социально-экономические связи, географическое соседство стран СНГ. Однако необходимо отметить отсутствие доминантного мотивационного фактора в посещении туристами Республики Беларусь. Основной целью туристического путешествия выступают: отдых — 13,9 %; посещение друзей, родственников — 14,1; познакомиться с историей и культурой страны — 13,7. Немаловажным аспектом для туристов является возможность посмотреть памятники истории, культуры, архитектурные сооружения (13,4 %).

В качестве основных причин туристической привлекательности Беларуси отмечают: возможность ознакомления с народом, его традициями — 15,5 %; посещение родных мест, родственников — 14,1 %; отдых — 13,9 %; ознакомление с культурой и историей страны — 13,7 % (табл. 1).

Основные причины посещения Беларуси

Почему Вы решили посетить Беларусь?	%
Познакомиться с народом, его традициями	15,5
Посетить родные места, родственников	14,1
Отдохнуть	13,9
Узнать историю и культуру страны	13,7
Другое	22,8

Основными источниками получения информации о Республике Беларусь, которая формирует представление о стране, ее туристической привлекательности выступают преимущественно друзья, родственники респондентов, которые ранее посетили Беларусь (34,6 %). Большую роль в получении информации о стране играют также Интернет-ресурсы (21,4 %) и телевидение (19,7 %).

Посещающие в первый раз Республику Беларусь туристы, как правило, уже имеют представление о стране пребывания (54,3 % — «знали, но недостаточно»), причем 24,9 % опрошенных достаточно много знали о стране. Вместе с тем, необходимо отметить, что около 20 % респондентов, впервые приезжающих в Беларусь, ранее ничего не знали о стране.

Организация туристического тура в Республику Беларусь, преимущественно не вызвала трудностей у респондентов (54,7 %), однако основными факторами, затрудняющими туристическую поездку в страну, являются: трудности в получении документов (22,2 %) и затруднения в получении визы (13,0 %).

Туризм, по мнению респондентов, выполняет интегративную функцию и выступает сугубо позитивным явлением. Основными задачами туризма, по мнению респондентов, выступают: укрепление взаимопонимания людей — 24,8 %, развитие экономического сотрудничества, укрепление доверия между странами 17,1 %. Туризм в представлении опрошенных способствует продвижению стран Центральной и Восточной Европы к «Единой Европе» — 52,7 %.

Важно отметить, что после посещения страны количество ответов, характеризующих позитивное восприятие Беларуси, увеличилось на 26,1 % (44,7 % — воспринимает положительно, 19,5 % — скорее положительно), что позволяет сделать вывод об успешном туристическом досуге лиц, посетивших нашу страну (табл. 2). Отметим также заметное снижение уровня негативного отношения к Беларуси, которое было сформировано у туристов до посещения ими страны с 17,2 % до 7,7 %.

Таблица 2

Восприятие Беларуси зарубежными туристами после ее посещения

Как Вы воспринимали Беларусь после своего посещения?	%
Негативное	7,7
Скорее негативное	2,2
Нейтральное, безразличное	15,3
Скорее положительное	19,5
Положительное	44,7
Затрудняюсь ответить	10,5
Итого	100

Позитивная оценка респондентами своего путешествия выступает источником возникновения повторного интереса к стране, повышению уровня туристической привлекательности страны. Сформированное у туриста, в общем, позитивное впечатление о стране пребывания позволяет допустить предположение, что он посетит Беларусь как минимум еще один раз. На вопрос «Вы хотели бы еще раз посетить Беларусь?» утвердительно ответили 76,4% респондентов. Однако необходимо отметить, что оценка уровня туристического обслуживания не столь высокая, хотя, в целом и получила позитивную оценку респондентов (Довольны уровнем обслуживания — 17,9 %, скорее довольны — 27,8 %).

Таким образом, туристический климат современной Беларуси представляется привлекательным для организации и проведения досуга и путешествий, что позволяет говорить о благоприятном туристическом климате страны. Одним из показателей позитивного отношения к Беларуси как туристической дестинации выступает выражение благодарности стране. Почти треть респондентов (31,8 %) пожелали Беларуси процветания, счастья и благополучия.