

**Е. М. Еловая** магистр  
экономических наук,  
старший преподаватель ГУО «Институт бизнеса БГУ»

## **РАЗВИТИЕ ВЪЕЗДНОГО ТУРИЗМА В РЕСПУБЛИКЕ БЕЛАРУСЬ**

*В работе рассматривается необходимость определения и разработки конкурентоспособного, дифференцированного национального туристического продукта в Республике Беларусь. Приводится анализ въездного туризма в Республике Беларусь за 2018 г. Выделяются основные, соответствующие экспортным приоритетам страны, виды туризма. Рассматривается инструментальная база для реализации перспективного развития въездного туризма в Беларуси.*

*Ключевые слова: въездной туризм; туристический продукт; туристический потенциал; инфраструктура; инструменты повышения эффективности развития туристической отрасли.*

**Введение.** В настоящее время на мировом туристическом рынке отмечается тенденция, направленная на дифференцированный учет региональной специфики при осуществлении туристической политики. Сложившийся комплексный характер туристического спроса предъявляет высокие требования к созданию конкурентоспособного рынка качественных международных туристических услуг.

Отсутствие конкурентоспособного дифференцированного национального туристического продукта в Республике Беларусь, соответствующего экспортным приоритетам развития туристического комплекса страны (агротуризм, познавательные, охотничьи туры и др.), лишает наше государство возможности занять собственную рыночную нишу в мировой туристической индустрии и, соответственно, способствует динамичному развитию данных направлений въездного туризма в соседних государствах [1, с. 170]. На сегодняшний день туристические прибытия в Беларусь носят разовый, спонтанный и неорганизованный характер, в связи с чем возникает необходимость оптимизации целевой структуры въездного туризма страны [11, с. 55]. Отдельные виды въездного

белорусского туризма, такие как экологический, охотничий, этнический, познавательный, находятся в стадии замедленного развития. Они связаны с предоставлением ограниченного объема услуг незначительному количеству иностранных посетителей, а также неполностью соответствуют уровню международного сервиса [1, с. 172]. Из вышесказанного следует, что для создания конкурентоспособного национального туристического продукта белорусским туристическим операторам необходимо проведение тщательно спланированных маркетинговых исследований, направленных на решение оперативных, а также перспективных задач, имеющих долгосрочный характер. Маркетинговые исследования туристического спроса и мотиваций иностранных потребителей прежде всего необходимы для определения целевых рынков сбыта национального туристического продукта Беларуси, выработки наиболее эффективных стратегий развития въездного туризма в стране. Прежде всего важно провести маркетинговый анализ структуры туристических потребностей иностранных туристов, сегментировать иностранных туристов, а в последующем дифференцировать и определить тот туристический продукт, который будет рассчитан на выделенные целевые группы иностранных туристов и в полной мере может удовлетворить их потребности. Все вышеизложенное обуславливает актуальность темы научного исследования.

**Основная часть.** В Республике Беларусь на конец 2018 г. осуществляли туристическую деятельность 1482 организации, услугами которых воспользовалось 2224,1 тыс. организованных туристов и экскурсантов [2]. Но, несмотря на достаточно обширную сеть туристических фирм в пределах страны, их деятельность имеет главным образом одновекторную направленность: она в основном сосредоточена на выездном туризме. Выездной туризм пользуется большим спросом со стороны белорусских потребителей и приносит доход туристическим организациям.

В 2018 г. численность организованных туристов и экскурсантов, выехавших за рубеж, составила 850,7 тыс. человек. В страны СНГ организовано выехало 20 %, в страны ЕС – 28 %, в другие страны мира – 52 % [4]. Приведенные данные указывают, что особым спросом среди жителей Беларуси пользуются туристические маршруты за пределами Евросоюза и бывших республик Советского Союза, скорее всего, здесь спрос направлен на юго-восточное направление географии туризма.

Численность организованных туристов и экскурсантов, посетивших Республику Беларусь в 2018 г., составила 365,5 тыс. человек. Наибольшее число прибывших организованных туристов и экскурсантов приходилось на граждан России (57 %). Среди других стран мира лидерами по числу посещений Республики Беларусь являлись Литва, Польша, Латвия, Украина, Германия, Китай, Испания, Эстония, Соединенное Королевство Великобритании и Северной Ирландии, Израиль [4].

Исходя из указанных данных, можно констатировать: въездной туризм Беларусь в сравнении с выездным имеет противоположную тенденцию: посещают нашу страну прежде всего жители России, туристы некоторых государств, находящихся в Европе, и только из отдельных, по существу, единичных неевропейских государств. Следовательно, на данных незначительно или фактически не представленных регионах должны быть сконцентрированы усилия туристических операторов для привлечения туристов в нашу страну. Усилия также следует направить и на увеличение продолжительности пребывания зарубежных посетителей в стране, т.к. средняя продолжительность пребывания иностранных туристов в Республике Беларусь в 2018 г. составила пять дней.

Таким образом, можно сделать вывод, что сложившийся потенциал развития въездного туризма Республики Беларусь в целом находится на невысоком уровне [7, с. 201].

Медленными темпами развивается и внутренний туризм. В 2018 г. число организованных туристов внутри страны составило 65,2 тыс. человек, экскурсантов – 942,6 тыс. человек, что также свидетельствует о несущественной востребованности данного вида туризма среди местного населения [4].

Как известно, численность туристов в некоторой мере определяется наличием соответствующей инфраструктуры. Сложившийся уровень потенциала туристической индустрии Республики Беларусь характеризуется ежегодным ростом количества объектов инфраструктуры. В стране в 2018 г. услуги гостиниц и аналогичных средств размещения предоставляли в общей сложности 587 обслуживающих жилых объектов, из них – 385 гостиниц (65,7 %), гостиничных и туристско-гостиничных комплексов. Как указывают приведенные данные, при выборе мест проживания туристы предпочитают пользоваться специализированными,

стационарными средствами размещения, как наиболее соответствующими их требованиям. Следовательно, чем выше уровень обслуживания в таких средствах размещения, тем более высокой будет экономическая выгода от их деятельности.

В 2018 г. в гостиницах и аналогичных средствах размещения проживало 2007,3 тыс. человек. Из числа проживающих резиденты составили 48 %, нерезиденты – 52 %, в том числе из стран СНГ – 35 % [3]. Как показывают данные в процентном отношении, спрос на гостиничные услуги среди местных жителей и приезжих был фактически одинаковым. Однако среди иностранных граждан преобладали не представители дальнего зарубежья, а наши ближайшие соседи, что также выступает реальным, хотя, возможно, и не в такой степени значимым показателем популярности въездного туризма в Беларуси [11, с. 67].

Сегодня туристическая отрасль республики предлагает широкий пакет разнообразных услуг. Однако характеризуются они неодинаковым как внутренним спросом среди местного населения, так и среди въездных туристов. Например, на территории республики в 2018 г. функционировало 490 санаторно-курортных, оздоровительных организаций и других специализированных средств размещения. В вышеперечисленных средствах размещения в прошедшем году было размещено 840,3 тыс. человек, иностранные граждане составили 229 тыс. человек, или 27 % от общего числа размещенных, т. е. меньше одной трети [3].

Интересными представляются и данные из области агроэкотуризма. На конец 2018 г. в республике осуществляли свою деятельность 2054 субъекта агроэкотуризма. Численность туристов, воспользовавшихся услугами агроэкотуризма за 2018 г., составила 422,3 тыс. человек. Доля граждан Республики Беларусь в общем числе агроэкотуристов равна 90 % [3]. Этот вид туризма является, как видим, одним из самых популярных и востребованных среди других видов внутреннего туризма. В целом же, как свидетельствуют приведенные количественные показатели, республиканская сфера внутреннего туризма является достаточно несбалансированной, в ней преобладают медицинские оздоровительные услуги и агроэкотуризм [10, с. 73].

В настоящее время, что особенно важно отметить, развитие туризма является одним из приоритетных направлений социально-экономического развития Республики Беларусь. Данная отрасль взята под особую опеку государства. В Республике Беларусь приняты

указы, соответствующие постановления, реализуется ряд госпрограмм по созданию современной инфраструктуры туризма. Это важные и востребованные документы как программного характера, так и направленные на решение частных вопросов. Но все они регулируют и определяют развитие туристической отрасли республики в разных направлениях. Особое внимание в существующих документах сконцентрировано на въездном туризме, который должен стать приоритетным в развитии туристической отрасли. Наиболее значимыми среди принятых в разные годы, но главным образом в последнее десятилетие, государственных программ, указов, регулирующих и определяющих развитие туристической сферы, являются следующие: Государственная программа «Беларусь гостеприимная» на 2016– 2020 гг., Указ Президента Республики Беларусь от 2 июня 2006 г. № 371 «О некоторых мерах государственной поддержки развития туризма в Республике Беларусь», Указ Президента Республики Беларусь от 2 июня 2006 г. № 372 «О мерах по развитию агроэкотуризма в Республике Беларусь», Указ Президента Республики Беларусь от 9 января 2017 г. № 8 «Об установлении безвизового порядка въезда и выезда иностранных граждан», Указ Президента Республики Беларусь от 26 декабря 2017 № 462 «Об установлении безвизового порядка въезда и выезда иностранных граждан», Указ Президента Республики Беларусь от 24 июля 2018 года № 292 «О мерах по подготовке и проведению II Европейских Игр 2019 года».

Кроме этого, в настоящее время Межведомственным экспертно-координационным советом по туризму при Совете Министров совместно с рабочей группой Министерства спорта и туризма разрабатывается Национальная стратегия развития туризма на ближайшую и дальнюю перспективу до 2035 года [5, с. 89].

В последнее время особое внимание в Беларуси уделяется развитию следующих видов туризма: агроэкотуризм, лечебно-оздоровительный (медицинский) туризм, религиозный туризм, военно-исторический туризм, участие в ряде трансграничных проектов [5, с. 17]. Активно разрабатываются зеленые маршруты, которые являются основой для реализации проектов, связанных с сохранением природных ландшафтов, культурного наследия, с экотуризмом и транспортом, не загрязняющим окружающую среду [9, с. 45]. Для обеспечения устойчивого, динамического развития

туристической сферы, как экономически важной и востребованной отрасли народного хозяйства, в республике широко развернута подготовка туристических кадров [10, с. 73]. В данной области функционируют 20 высших и 8 средних учебных заведений. Общий набор на специальности, связанные с туристической деятельностью, превышает 2,1 тыс. человек [6, с. 17]. Как видим, созданы все условия для обеспечения необходимыми специалистами, страна обладает достаточным кадровым потенциалом для интенсивного и целенаправленного развития данной отрасли [11, с. 231].

С учетом вышеприведенных данных, отражающих степень востребованности разнообразных туристических услуг в Беларуси ее нерезидентами, основных потребителей белорусских туристических услуг можно условно разделить на две целевые группы:

- целевая аудитория стран-соседей;
- западноевропейская целевая аудитория [14, с. 67].

Для целевой аудитории стран-соседей, которая сформирована в силу факторов схожего уровня социокультурного развития, характерно традиционное потребление услуг медицинского туризма и экскурсионных программ [13, с. 58]. В этой связи для таких групп потребителей целесообразно было бы создать и предложить комбинированные туры, включающие различные программы отдыха с широким спектром дополнительных услуг, туры выходного дня.

Для западноевропейской целевой аудитории характерно потребление экологического, фольклорно-этнографического, научного, охотничьего, экстремально-приключенческого туризма, караванинга [14, с. 17]. Учитывая вышеперечисленные туристические предпочтения и потребности, для данной аудитории целесообразно было бы реализовать проекты в области транзитного и приграничного туризма совместно со странами-соседями в рамках международных программ. Интересным аспектом познавательного туризма может стать использование советского наследия страны в туристических целях.

Перспективными и востребованными направлениями развития въездного туризма для Республики Беларусь могут быть его следующие виды: экстремально-приключенческие туры, комбинированные зеленые и экомаршруты, туры истории природы, фольклорно-этнографические туры, анимационные программы, экскурсии-квесты, конный туризм, образовательный туризм, караванинг, дальнейшее развитие агро-, эко- и приграничного

туризма, деловой туризм, промышленный туризм, охотничий туризм, событийный туризм, медицинский туризм [15, с. 54].

Важно подчеркнуть, что создание современного конкурентоспособного туристического продукта Беларуси возможно лишь при внедрении определенных инноваций и привлечении инвестиций в развитие национальной сферы туризма. Основной инструментальной базой для реализации перспективного развития въездного туризма в Беларуси может стать: изучение зарубежного опыта развития туроперейтинга, создание туристических региональных классов, формирование туристического продукта на базе событийной составляющей, территориальный маркетинг, туристическое брендрование регионов, создание и продвижение положительного имиджа страны как туристического направления.

**Заключение.** Для создания конкурентоспособного национального туристического продукта в условиях конкурентной борьбы за туриста белорусские туроператоры должны сформировать полностью удовлетворяющий потребностям современного туриста уникальный, дифференцированный и конкурентоспособный туристический продукт. Со своей стороны государству следует обеспечить создание необходимой для комфортного пребывания туриста инфраструктуры. Сделать это возможно только при осуществлении гибкой, прагматической внутригосударственной политики, сочетающей государственный подход и интересы частного бизнеса, т. е. здесь важен аспект применения государственно-частного партнерства не только как современного инструмента взаимодействия для развития инфраструктуры, но и для развития рынка конкурентоспособных туристических услуг. Главное – это реалистично оценить свой собственный туристический потенциал, всесторонне изучить международный опыт, внедрить современные технологии и инновации, создать новую или модернизировать существующую туристическую инфраструктуру, повысить уровень национального сервиса до международных стандартов, а также активно продвигать национальный туристический продукт на международную арену.

#### **Список использованных источников**

1. Решетников Д. Г. География туризма Республики Беларусь: учебно-методическое пособие. – Мн., Четыре четверти, 2011. – 320 с.

- 
2. Туризм и туристические ресурсы в Республике Беларусь: статистический сборник. – Мн., 2018. – 72 с.
  3. О развитии туризма, деятельности туристических организаций, коллективных средств размещения Республики Беларусь: статистический бюллетень. – Мн., 2019. – 46 с.
  4. Организованный туризм в Республике Беларусь в 2018 году [Электронный ресурс]. Режим доступа: [http://www.belstat.gov.by/obelstate\\_2/novosti-i-meropriyatiya/novosti/organizovannyy\\_turizm\\_v\\_respublike\\_belarus\\_v\\_2018\\_godu/](http://www.belstat.gov.by/obelstate_2/novosti-i-meropriyatiya/novosti/organizovannyy_turizm_v_respublike_belarus_v_2018_godu/). – Дата доступа: 29.03.2019.
  5. Ганский В.А., Андрейчик Е.В. История путешествий и туризма. – Новополоцк, ПГУ, 2015. – 276 с.
  6. В. А. Ганский, Е. В. Вовнейко. Экскурсоведение. – Новополоцк, ПГУ, 2012. – 219 с.
  7. Ганский, В.А. Особенности агротуризма в Болгарии и возможность применения болгарского опыта в Республике Беларусь. // Менталитет славян и интеграционные процессы: история, современность, перспективы. – Гомель, 2007. – с. 221-223.
  8. Ганский В.А. Мировой рынок туристических услуг: интеграция Беларуси в глобальное туристическое пространство. – Новополоцк: ПГУ, 2014. – 188 с.
  9. Ганскі У.А. Міжнародны турызм у Беларусі як форма развіцця інтэграцыйных камунікацый і фактар паспяховага міжнароднага эканамічнага супрацоўніцтва // Вестнік Полацкага дзяржаўнага ўніверсітэта. Серыя Е. – 2010. – №10. – с. 164-169.
  10. Сабаленка І.А. Асаблівасці развіцця канкурэнцыі ў беларускіх СЭЗ. // Весці БДПУ. Серыя 2. Гісторыя. Філасофія. Паліталогія. Сацыялогія. Эканоміка. Культуралогія. 2008. № 4 (58). с. 73-77.
  11. Козловский В.В., Лутохина Э.А. Мировая экономика: социально-ориентированный подход. Мн., ИВЦ Минфина, 2004. – 352 с.
  12. Соболенко И.А. Конкурентная среда свободных экономических зон. Мн., Право и экономика, 2004. - 144 с.
  13. Крупенко Ю.В. Теоретические основы формирования финансовой устойчивости перестраховых компаний. // Вестник Гродненского государственного университета имени Янки Купалы. Серия 5. Экономика. Социология. Биология. 2016. т. 6. № 2. с. 52-59.
  14. Крупенко Ю.В. Тат'єма, як спецыфічны інструмент у перестрахованні. // Вестник Гродненского государственного университета имени Янки Купалы. Серия 5. Экономика. Социология. Биология. 2015. № 1 (188). с. 15-18.

15. Ganski U. The experience of the European Union countries in fiscal incentives for protection of heritage in dimension of private sector and business. // Весті Інстытута прадпрымальніцкай дзейнасці. – 2018. – № 1. – с. 53-57.

## РЕЗЮМЕ

Еловая Елена Михайловна  
Государственное учреждение образования  
«Институт бизнеса БГУ»,  
г. Минск

### **Развитие въездного туризма в Республике Беларусь**

В статье рассматривается необходимость определения и разработки конкурентно способного дифференцированного национального туристического продукта в Республике Беларусь. Приводится анализ въездного туризма в Республике Беларусь за 2018 год. Выделяются основные, соответствующие экспортным приоритетам страны, виды туризма. Даются рекомендации по развитию инструментальной базы для реализации перспективного развития въездного туризма в Беларуси.

## SUMMARY

Elena Elovaya  
Higher educational establishment «Institute of Business BSU»,  
Minsk

### **Development of inbound tourism in the Republic of Belarus**

The article discusses the need to identify and develop a competitive differentiated national tourist product in the Republic of Belarus. The analysis of inbound tourism in the Republic of Belarus for 2018 is given. Highlights are the main, corresponding to the export priorities of the country, types of tourism. Recommendations are given on the development of instrumental base for the realization of the promising development of inbound tourism in Belarus.

*Статья поступила в редколлегию 26.02.2019*