

ТЕНДЕНЦИИ РАЗВИТИЯ ТУРИЗМА В РЕСПУБЛИКЕ БЕЛАРУСЬ: современное состояние и перспективы



Ананьева В.Н.

канд. экон. наук,
доцент,
Белорусский
государственный
университет
физической культуры

В статье приведены результаты ретроспективного анализа выполнения результирующих экономических показателей и параметров развития туристической отрасли Республики Беларусь, определенных в государственной программе «Беларусь гостеприимная». Обоснованы тенденции перспективного развития туристической отрасли в рамках теории поколений.

Ключевые слова: оценка; перспективы; развитие; тенденции; теория поколений; туризм; туристическая отрасль; туристический потенциал.

DEVELOPMENT TRENDS IN TOURISM OF THE REPUBLIC OF BELARUS: THE CURRENT STATE AND PROSPECTS

The article presents the results of a retrospective analysis of the resulting economic indicators implementation and parameters of the tourism industry development in the Republic of Belarus defined in the State program "Belarus Hospitable." The trends of the prospective development of the tourism industry within the framework of the theory of generations are substantiated.

Keywords: assessment; prospects; development; trends; theory of generations; tourism; tourism industry; tourism potential.

■ Введение

В современном мире туризм рассматривается как элемент единой парадигмы социально-экономического развития общества, позволяющий с большей отдачей использовать совокупный рекреационный, социально-культурный потенциал региона, стимулируя развитие смежных отраслей экономики, таких как торговля, общественное питание, гостиничное дело, транспорт, строительство, создавая дополнительные рабочие места и обеспечивая занятость населения [1]. Эффективное развитие туристической индустрии позволяет получить значительные экономические и социальные преференции как в виде непосредственного притока денежных средств за счет туристических расходов, так и повышения инвестиционного потенциала туристических дестинаций, что актуализирует вопрос необходимости систематической оценки состояния и перспектив развития туристической отрасли.

■ **Цель исследования** состоит в ретроспективном анализе результирующих показателей развития туристической отрасли в Республике Беларусь и определении тенденций дальнейшего развития. Методика исследования базировалась на общенаучных принципах и методах эмпирического исследования в области экономики и управления туристической индустрией, а также комплексном анализе данных

Национального статистического комитета Республики Беларусь, Национального агентства по туризму Республики Беларусь, Департамента по туризму, материалов периодической печати и Интернет, результатах собственных исследований.

■ Результаты исследования и их обсуждение

Координация развития туристической отрасли в Республики Беларусь сегодня осуществляется в рамках ряда государственных программ и нормативных правовых актов, к числу основных относятся [2–5]:

- «Национальная стратегия социально-экономического развития Республики Беларусь до 2030 года», одобрена протоколом заседания Президиума Совета Министров Республики Беларусь от 2 мая 2017 г. № 10;
- государственная программа «Беларусь гостеприимная» на 2021–2025 годы, утверждена постановлением Совета Министров Республики Беларусь от 29 января 2021 г. № 58;
- закон Республики Беларусь «О туризме» от 25 ноября 1999 г. № 326-3;
- закон Республики Беларусь «О туризме» от 11 ноября 2021 г. № 129-3;
- указ Президента Республики Беларусь «О мерах по развитию агротуризма в Республике Беларусь» от 2 июня 2006 г. № 372;

• указ Президента Республики Беларусь «О развитии агротуризма» от 9 октября 2017 г. № 365.

Анализ результирующих показателей выполнения государственной программы «Беларусь гостеприимная» за период 2016–2020 года, изложенных в отчете о результатах реализации государственной программы «Беларусь гостеприимная» в 2016–2020 годы, подготовленном Департаментом по туризму Республики Беларусь, позволяет отметить ряд положительных тенденций развития туристической отрасли Республики Беларусь.

Так, за отчетный период численность иностранных граждан, посетивших Республику Беларусь, составила 20 015,1 тыс. человек при плановом показателе 20 107,0 тыс. человек (в том числе в 2020 году 1790 тыс. человек при плановом показателе 1670 тыс. человек) [6].

Количество организованных туристов и экскурсантов, посетивших Республику Беларусь, составило 1351,6 тыс. человек при задании 1296 тыс. человек (в том числе в 2020 году 81,0 тыс. человек при задании 135 тыс. человек).

Валовый показатель экспорта туристических услуг в Республике Беларусь за 2016–2020 годы составил 939,9 млн долл. США при плановом значении 831,5 млн долл. США, процент выполнения – 113,0 %. При этом следует отметить, что в 2020 году данный показатель составил 82,1 млн долл. США при плановом задании 74,9 млн долл. США.

Валовый показатель экспорта туристических услуг в разрезе областей и города Минска отражает следующую динамику:

Брестская область – 60,8 млн долл. США при плановом показателе 59,5 млн долл. США, процент выполнения – 102,2 % (в 2020 году экспорт туристических услуг составил 4,0 млн долл. США при задании 4,2 млн долл. США, процент выполнения – 95,2 %, темп роста – 23,4 %).

Витебская область – 68,5 млн долл. США при плановом показателе 63,3 млн долл. США, процент выполнения составил 108,2 % (в 2020 году экспорт туристических услуг составил 5,7 млн долл. США при плановом показателе 6,0 млн долл. США (95,0 и 30,6 % соответственно).

Гомельская область – 65,3 млн долл. США при плановом показателе 58,3 млн долл. США, процент выполнения составил 112,0 % (в 2020 году экспорт туристических услуг составил 5,3 млн долл. США при задании 5,5 млн долл. США (96,4 и 29,8 % соответственно).

Гродненская область – 54,9 млн долл. США при плановом показателе 47,5 млн долл. США, процент составил 115,6 % (в 2020 году экспорт туристических услуг составил 4,5 млн долл. США при задании 4,5 млн долл. США (100,0 и 30,0 % соответственно).

Минская область – 135,0 млн долл. США при плановом показателе 127,3 млн долл. США, процент вы-

полнения задания 106,0 % (в 2020 году экспорт туристических услуг составил 12,0 млн долл. США при плановом показателе 11,0 млн долл. США (109,1 и 32,9 % соответственно).

Могилевская область – 22,1 млн долл. США при плановом показателе 21,0 млн долл. США, процент выполнения составил 105,2 % (в 2020 году экспорт туристических услуг составил 1,9 млн долл. США при плановом показателе 1,7 млн долл. США (111,8 и 31,8 % соответственно).

Город Минск – 498,9 млн долл. США при плановом показателе 454,6 млн долл. США, процент выполнения составил 109,7 % (в 2020 году экспорт туристических услуг составил 45,3 млн долл. США при задании 42,0 млн долл. США (107,9 и 31,0 % соответственно).

К основным причинам невыполнения показателя экспорта туристических в 2020 году следует отнести: закрытие границ, сокращение международного авиа-, ж/д- и автобусного сообщения, рекомендации правительств ряда стран воздержаться от иностранных поездок и запретов на выезд за рубеж, формальностей, связанных с необходимостью карантина по возвращении, вызванного пандемией коронавируса COVID-19.

Следует отметить положительную тенденцию реализации маркетинговой деятельности в аспекте продвижения туристического потенциала Республики Беларусь.

Так, в период 2016–2020 года проведено 163 мероприятия (выставки, презентации, ознакомительные туры) при плановом показателе не менее 107 (в том числе в 2020 году проведено 24 мероприятия при плановом показателе не менее 17).

Подготовлены, изданы и растиражированы рекламно-информационные материалы (брошюры), переведенные на девять иностранных языков: «50 вещей, которые нужно сделать в Беларуси», «Найди свою Беларусь». В 2020 году издан путеводитель по Республике Беларусь на русском и английском языках, каталог «Кемпинги Республики Беларусь». Осуществлен ряд мероприятий по обеспечению интернет-продвижения туристических услуг, в частности, функционируют информационные сайты о туристических возможностях Республики Беларусь: belarustourism.by [7] (для профессионалов; доступны версии на белорусском, русском и английском языках) и belarus.travel (для туристов; доступны версии на белорусском, русском, английском, польском, немецком, китайском и арабском языках) [8].

Созданы туристические порталы Гродненской области (grodnovisafree.by) [9], Минской области (minobl tourism.gov.by) [10].

Анализ реализации приоритетов и направлений государственной программы «Беларусь гостеприимная» на 2021–2025 годы за период 2021 года [3] позволил установить, что численность организо-

ванных туристов и экскурсантов – граждан Республики Беларусь, отправленных по маршрутам тура в пределах территории Республики Беларусь, составила 1188 тыс. человек или 207,9 % к 2020 году при плановом показателе 108,0 %. Численность иностранных граждан, посетивших Республику Беларусь, в 2021 году составила 1110,7 тыс. человек, или 62,0 % к 2020 году.

Валовый показатель экспорта туристических услуг в Республике Беларусь в 2021 году составил 129,9 млн долл. США при плановом показателе 150 млн долл. США.

Валовый показатель экспорта туристических услуг в разрезе областей и города Минска за период 2021 года отражает следующую динамику [12]:

Брестская область – 6,1 млн долл. США при плановом значении 7,8 млн долл. США, процент выполнения – 78,2 %, темп роста к 2020 году – 154,3 %.

Витебская область – 9,3 млн долл. США при плановом значении 11,4 млн долл. США, процент выполнения – 81,6 %, темп роста к 2020 году – 163,0 %.

Гомельская область – 8,4 млн долл. США при плановом значении 11,1 млн долл. США, процент выполнения – 75,7 %, темп роста к 2020 году – 158,1 %.

Гродненская область – 7,2 млн долл. США при плановом значении 9,0 млн долл. США, процент выполнения – 80,0 %, темп роста к 2020 году – 162,1 %.

Минская область – 16,7 млн долл. США при плановом значении 24,0 млн долл. США, процент выполнения – 69,6 %, темп роста к 2020 году – 137,0 %.

Могилевская область – 2,7 млн долл. США при плановом значении 3,7 млн долл. США, процент выполнения – 73,0 %, темп роста к 2020 году – 143,3 %.

Город Минск – 75,1 млн долл. США при плановом значении 90,6 млн долл. США, процент выполнения – 82,9 %, темп роста к 2020 году – 166,0 %.

Количество проведенных маркетинговых мероприятий, направленных на продвижение туристического потенциала Республики Беларусь (выставки, презентации, ознакомительные туры), составило 33 мероприятия при задании не менее 20.

Приведенные выше данные отражают наличие положительной тенденции в развитии туристического потенциала в Республике Беларусь. Следует отметить, что сегодня в стране создаются благоприятные условия для развития приоритетных видов туризма, что нашло свое подтверждение в новой редакции Закона Республики Беларусь «О туризме» от 11 ноября 2021 года, № 129-З, в котором предусмотрено усиление механизма и введения финансовых гарантий защиты прав потребителей, пересмотр объема ответственности турагента и туроператора перед туристом, а также усиление идеологической составляющей посредством определения возможности проведения экскурсий на территории Республики Беларусь исключительно аттестованными экскурсоводами и гидами-переводчиками. Однако

следует отметить, что при формировании стратегии развития туристического потенциала страны, на наш взгляд, должны быть учтены закономерности развития мирового туристического рынка, к числу которых следует отнести:

1. Социально-демографическую тенденцию старения населения. Доля населения в возрасте старше 60 лет в 2050 году достигнет 21 %, что обуславливает стремительное развитие сегмента туризма третьего возраста. Данная категория населения чрезвычайно важна для индустрии туризма вследствие сочетания у ее представителей двух основных факторов: наличие значительных финансовых средств и наличие свободного времени для путешествий.

2. Влияние теории поколений на формирование спроса и предложения на туристические продукты и услуги. В дополнение к вышеупомянутому стареющему населению поколение Y (родившихся после 1981 года, встретивших новое тысячелетие в юном возрасте) признано важным сегментом рынка, и не только в силу его размера. Этот быстрорастущий сегмент рынка – «Миллениалы», как ожидается, будут представлять 50 % всех путешественников к 2030 году. Они основное внимание уделяют приключениям, взаимодействию и приобретению эмоционального опыта. Уже многие бренды в индустрии гостеприимства осознали, что им нужно переосмыслить философию сервиса в отношении миллениалов. Так, были созданы новые гостиничные бренды: Radisson RED, Moxy by Marriot, Tommie, AC Hotels, Hyatt Centric, Hilton Canopy и т. д. Вся цепочка создания ценности корректируется в соответствии с их требованиями, их стилем жизни и взаимодействий, становясь более прозрачной и технологичной, с акцентуацией особого внимания на эмпатию и вовлечение клиентов.

С другой стороны, влиянию поколения Z (родившегося после 1995 года) на туризм еще предстоит проявиться. Это поколение, также называемое iGen, или «Screenagers». Их образ жизни представляет собой более радикальный сдвиг от поколения Y, чем переход от поколения X к поколению Y. Поколение Z как полагают, полностью отличается от поколения Y, поскольку они уже имеют более высокую степень доступа к информации, более динамичный образ жизни, более высокий уровень образования, также для них характерно ускоренное принятие изменений и более быстрые расходы [11]. Они более склонны к сотрудничеству, адаптированы к изменениям, они ищут новые знания и образование и часто используют социальные медиа в качестве инструмента поиска.

3. Также одним из растущих трендов в современном туризме является рост отдельных городов как самостоятельных туристических дестинаций, становление городского туризма как самостоятельного направления.

4. Значительное влияние на туризм оказывает технологическая революция, которая сегодня формирует и меняет повседневную жизнь. Технология стала неотъемлемой частью повседневности с мобильным интернетом, навигационными системами и смартфонами, благодаря которым люди постоянно подключены к цифровому миру. Интернет уже изменил способ поиска и бронирования туров, организации путешествий. Вся индустрия должна принять новые технологические тенденции, переосмыслить свои стратегии и методы, с помощью которых компании туристической индустрии предоставляют свои услуги.

Роботы, голограммы с аватарами (прием, персонал), интерактивные дисплеи, смартфоны и гаджеты уже стали реальностью для гостиничной индустрии. Ожидается, что некоторые части этого технологического будущего станут неотъемлемой частью сектора туризма; однако уровень технологии в каждой компании будет во многом зависеть от ее стратегии и позиционирования.

Сегодня путешествие фактически начинается и заканчивается интернетом. Оно начинается с исследования и сбора информации, идей, формирования намерения путешествовать, после чего осуществляется тонкая настройка деталей поездки и, в конечном счете, по окончании путешествия туристы обмениваются опытом. После возвращения из отпуска туристы предоставляют отзывы о своем опыте через социальные сети (Facebook, Twitter, Instagram) и каналы распределения, с помощью которых они собирали информацию для их поездки (Tripadvisor, Booking, Airbnb). Это формирует вызовы туристическим организациям, работающим в рамках традиционного туризма, в том числе проблему формирования стратегии в сфере человеческих ресурсов.

■ Заключение

Таким образом, перспективным направлением развития туристического потенциала Республики Беларусь является формирование туристического предложения с учетом мировых закономерностей туристического рынка, а именно – стремительное развитие сегмента туризма третьего возраста, ког-

нитивные изменения в модели покупательского поведения, определяемые теорией поколений, развитие городских дестинаций, технологическая революция.

■ ЛИТЕРАТУРА

1. Национальная стратегия устойчивого социально-экономического развития Республики Беларусь на период до 2030 года : одобр. Президиумом Совета Министров Респ. Беларусь, 2 мая 2017 г., № 10 // Экон. бюл. науч.-исслед. экон. ин-та М-ва экономики Респ. Беларусь. – 2015. – № 4. – С. 6–99.
2. Государственная программа «Беларусь гостеприимная» на 2016–2020 годы [Электронный ресурс] : утв. Постановлением Совета Министров Республики Беларусь, 23.03.2016 г., № 232 / ООО «Юр-Спектр», Нац. центр правовой информ. Респ. Беларусь. – Минск, 2016.
3. Государственная программа «Беларусь гостеприимная» на 2021–2025 годы [Электронный ресурс] : утв. Постановлением Совета Министров Республики Беларусь, 29.01.2021 г., № 58 / ООО «Юр-Спектр», Нац. центр правовой информ. Респ. Беларусь. – Минск, 2021.
4. О туризме [Электронный ресурс] : Закон Респ. Беларусь, 25 ноября 1999 г., № 326-3 // КонсультантПлюс. Беларусь / ООО «Юр-Спектр», Нац. центр правовой информ. Респ. Беларусь. – Минск, 2021.
5. О туризме [Электронный ресурс] : Закон Респ. Беларусь, 11 ноября 2021 г., № 129-3 // КонсультантПлюс. Беларусь / ООО «Юр-Спектр», Нац. центр правовой информ. Респ. Беларусь. – Минск, 2021.
6. Туризм и туристические ресурсы в Республике Беларусь, 2021: стат. буклет / Нац. стат. ком. Респ. Беларусь ; редкол.: И. В. Медведева (пред.) [и др.]. – Минск : Нац. стат. ком. Респ. Беларусь, 2021. – 32 с.
7. Официальный портал Национального агентства по туризму : официальный сайт [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.belarustourism.by/>. – Дата доступа: 25.07.2022.
8. Официальный туристический портал Беларуси : официальный сайт [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://ru.belarus.travel/>. – Дата доступа: 25.07.2022.
9. Главное в Гродно : официальный сайт [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://grodnovisafree.by/>. – Дата доступа: 12.08.2022.
10. Отдых и туризм в Минской области : официальный сайт [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.minoblturism.gov.by/>. – Дата доступа: 12.08.2022.
11. Ковин, Е. А. Практическая ценность современных теорий поколений в социологии / Е. А. Ковин, О. В. Лысенко // Вестник ПГПТУ. – 2020. – Серия № 3. – С. 33–38.
12. Балюк, С. С. Повышение уровня регионального экономического развития: комплексный и кластерный подходы : монография / С. С. Балюк. – М. : Русайнс, 2016. – 185 с.

26.08.2022