

Туристский комплекс Беларуси в условиях рыночных преобразований

Леонид Гайдукевич

В статье производится комплексный анализ становления и развития туристического комплекса республики в 1990-е гг. и в начале 2000-х гг. Обращено внимание, что характер реформирования туркомплекса республики во многом схож с аналогичными преобразованиями в других странах Центральной и Восточной Европы. Приоритетным направлением в развитии национального туркомплекса стало активное становление (начиная с 2001 г.) агроэкотуризма, который стал своеобразным интенсификатором развития туризма в регионах республики. Однако туристический имидж Республики Беларусь все еще остается невысоким, что требует активизации туристической политики.

Важным фактором развития туризма выступает повышение уровня социально-экономического развития страны, что является следствием проведения последовательной экономической политики, стабильной правовой основы. По уровню социально-экономического развития Беларусь входит в группу стран с относительной экономической стабилизацией и начатыми широкими структурными реформами, которые в первой половине 1990-х гг. находились в глубоком трансформационном кризисе. На первом этапе (1990—1995 гг.) произошел основной спад производства, гиперинфляция, снижался уровень жизни населения, сокращались инвестиции, росла безработица и т. д. Этот этап принято считать периодом экономического кризиса в республике. В сентябре 1994 г. была принята Программа неотложных мер по выходу экономики Республики Беларусь из кризиса, реализация которой уже в 1994—1995 гг. дала положительные результаты [см.: 2].

На втором этапе, начиная с 1996 г., начался переход от экономического спада к постепенной стабилизации и улучшению социально-экономической ситуации в стране на основе восстановления управляемости экономикой, большей степени ее регулирования со стороны государства. В итоге к концу 1990-х гг. был отмечен рост объемов промышленного и сельскохозяйственного производства, повысилась рентабельность производства, увеличились доходы населения, снизилась безработица.

Важнейшим критерием повышения эффективности хозяйственного комплекса страны является уровень развития непродовольственной сферы. Непродовольственная сфера Беларуси была сформирована в основном за годы советской власти и в условиях перехода к рынку претерпела существенные изменения. В стране повысилась доля услуг и снизилась доля производства товаров: в 1990 г. услуги составляли 28,5 % в структуре ВВП, а в 2000 г. — 42,4 %; по численности занятых в экономике доля занятых в сфере услуг повысилась в 2002 г. с 24 до 52,4 % [2].

Кардинальные перемены, происшедшие в экономике Беларуси в постсоветский период, оказали серьезное влияние на развитие индустрии туризма. Одной из важнейших тенденций в развитии международного туризма в Беларуси в 1990-е гг. стал преимущественный рост спроса на выездные туры. Если в 1970—1980-е гг. въездной международный

туризм развивался более высокими темпами, чем выездной, то с началом 1990-х гг. картина существенно изменилась. Согласно данным Министерства статистики и анализа, на фоне значительного сокращения объема организованного потока иностранных туристов в республику (в 1,6 раза с 1992 по 1997 г.) отмечен масштабный рост выездных потоков (в 3,1 раза за тот же период) [11].

Доминирование в целевой структуре выездного потока так называемых шоп-туров отражало наличие кризисных социально-экономических явлений в обществе, но не являлось стратегическим направлением деятельности организаторов путешествий.

Важной тенденцией явилось расширение географической структуры внешних туристских связей. Если в 1993 г. республику посетили с туристскими целями жители 44 государств, а белорусские путешественники побывали в 40 странах, то в 2000 г. в результате расширения международных контактов въездные и выездные туристские потоки насчитывали 91 и 56 адресов соответственно. В постсоветский период отмечены значительные изменения в характере туристских связей Беларуси с республиками бывшего СССР. Если до начала 1990-х гг. абсолютное большинство туристско-экскурсионных поездок белорусских граждан приходилось на союзные республики, а в зарубежных поездках ежегодно принимали участие менее 0,5 % жителей Беларуси, то в 2002 г. удельный вес стран СНГ составил менее 15 % в приеме и отправке организованных туристов [11]. Это обусловлено разрывом хозяйственных и культурных связей, неблагоприятной социально-политической и экономической обстановкой в традиционных туристских районах (Северный Кавказ, государства Закавказья), значительным ростом стоимости туристских услуг, часто не соответствующим их качеству, невысокой конкурентоспособностью туристского продукта стран СНГ по сравнению с предложением государств дальнего зарубежья.

В целом развитие туристского комплекса республики в 1990-е гг. характеризовалось рядом специфических особенностей:

1) весь предшествующий до 1990 г. период республика не имела самостоятельного выхода на международный туристский рынок, отсутствовал и конкурентоспособный национальный туристский продукт;

2) республика фактически не имела (до середины 1990-х гг.) самостоятельных деловых контактов с международными и национальными зарубежными туристскими организациями;

3) в республике практически отсутствовали учебные заведения по подготовке туристских кадров, не было зарубежных туристских представительств, занимавшихся продвижением национального туристского продукта;

4) продолжительное время (вплоть до 1995 г.) на государственном уровне отсутствовал единый координирующий туристский орган [2].

Начиная с 1990—1992 гг. в сфере туризма практически беспрепятственно начались процессы демонаполизации, разгосударствления, приватизации. С ликвидацией монополии государства в сфере туризма получили развитие процессы дезинтеграции в сфере управления, внеэкономической и коммерческой деятельности. За годы экономического кризиса (первая половина 1990-х гг.) в республике значительно снизились темпы нового рекреационного строительства, физически и морально устарела материальная база. Некоторые ведомственные учреждения отдыха из-за финансовых трудностей были закрыты или перепрофилированы, вместимость ряда других рекреационных объектов значительно уменьшилась. В результате количество населения, отдохнувшего и проходившего курс санаторного лечения в рекреационно-курортных учреждениях республики, уменьшилось с 1,5 млн человек в 1990 г. до 1,1 млн человек в 1994 г. [2].

В период с 1996 по 2001 г. в республике был осуществлен комплекс мероприятий по развитию туризма. С 1995 г. задачи управления туристским комплексом были возложены на Министерство спорта и туризма, в составе которого функционирует Департамент туризма. Вопросами формирования благоприятного туристского имиджа Беларуси, продвижением национального туристского продукта с 2001 г. начало заниматься Национальное агентство по туризму, а координацию деятельности министерств и ведомств в интересах развития туризма с 2000 г. начал осуществлять Межведомственный экспертно-координационный совет по туризму при Совете Министров Республики Беларусь. Уже в 1996 г. вышло распоряжение Президента Республики Беларусь (от 25 июня 1996 г. № 179) «О мерах по упорядочению имущественных отношений в области спорта и туризма», а также был издан Указ Президента от 1 января 1996 г. № 389 «О создании Национального туристского концерна "Белинтурист"» [см.: 3]. В тот же период правительство приняло соответствующие постановления, направленные на восстановление государственного управления объектами туристского комплекса. С этой целью, а также для повышения эффективности работы туристского комплекса Министерство спорта и туризма начало внедрение Государственной программы развития физической культуры, спорта и туризма на период до 2002 г., ввело в действие Временные правила организации туристской деятельности на территории Республики Беларусь,

в том числе практику лицензирования деятельности туристских фирм. В этот период были учреждены Белорусская федерация туризма, Белорусская ассоциация экскурсоводов и гидов-переводчиков, создан Республиканский туристско-спортивный союз. В 1999 г. в целях повышения эффективности работы туристских предприятий, создания условий для развития рынка туристских услуг был принят Закон «О туризме». С апреля 1998 г. в практику работы были введены единый туристский ваучер, диспетчерские журналы учета приема, отправки туристов и технологическая карта туристского маршрута, что позволило повысить ответственность руководителей турфирм перед потребителем, более четко определить обязанности производителя туристских услуг, обеспечить условия для контроля за финансовыми расчетами турфирм, уплатой ими налогов.

Таким образом, за период с 1996 по 2001 г. фактически была ликвидирована образовавшаяся в первой половине 1990-х гг. монополия негосударственного сектора экономики в туристском комплексе республики, деятельность туристских фирм начала осуществляться в правовом поле.

Одним из важнейших программных принципов туристической политики Республики Беларусь в последние годы является повышение роли регионов в расширении устойчивого туризма, способствующего их социально-экономическому развитию. Постановлением Совета Министров Республики Беларусь от 30 мая 2005 г. № 573 в республике образовано 27 туристских зон, а решениями областных исполнительных комитетов разработаны планы конкретных мероприятий по их обустройству. Создание туристических зон явилось основой моделирования региональных систем туризма в республике. Именно в них должны быть созданы условия для развития местной инициативы по расширению инфраструктуры туризма, стимулированию предпринимательства, привлечению инвестиций, удовлетворению экономических и социальных потребностей местного населения, эффективному межрегиональному сотрудничеству.

Между тем, сформированная система государственного управления и регулирования в сфере туризма, нормативно-правовое и организационное обеспечение не дают ожидаемого эффекта. Все еще крайне медленно осуществляется переход на принятые в международной практике стандарты качества туристских услуг и обслуживания туристов. Преодоление негативных тенденций в развитии туризма предполагает активизацию государственной политики в этой сфере, придание туризму статуса приоритетного направления экономики, создание правовых, организационных и экономических основ формирования в Республике Беларусь современного конкурентоспособного туристического комплекса.

Туристский сектор Беларуси начал формироваться в схожих для большинства стран Центральной и Восточной Европы условиях. Однако целенаправленное реформирование туристского сектора республики началось лишь со второй половины

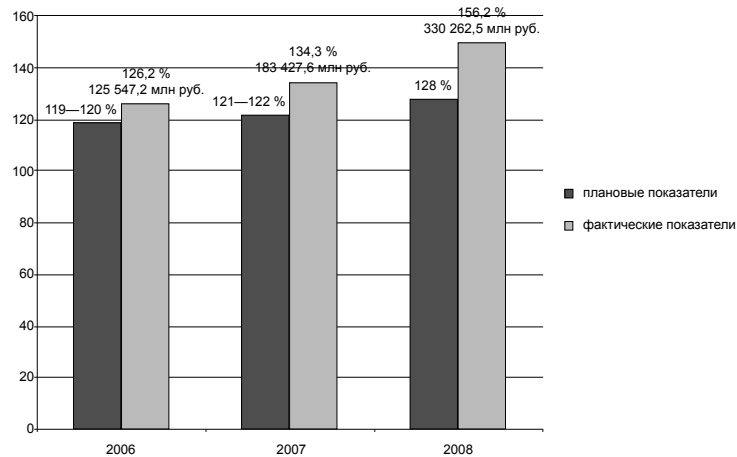
1990-х гг., т. е. гораздо позже, чем в большинстве стран региона. В результате по большинству компонентов и характеристик системы туристического обслуживания (качество услуг, соотношение «цена—качество», количество предприятий размещения и питания, производство и торговля сувенирной продукцией, инфраструктура, кадровый потенциал, нормативно-правовая база, объемы финансирования туризма и т. д.) Республика Беларусь все еще не достигла уровня наиболее успешных стран ЦВЕ (Польши, Венгрии, Чехии, Словакии, Хорватии).

Туризм уже давно рассматривается как одна из наиболее доходных и интенсивно развивающихся отраслей мирового хозяйства. По данным Всемирного совета по туризму, в 2008 г. доля туризма в мировом ВВП по предварительной оценке составила 3,0 %, а с учетом сопутствующих отраслей — более 10 %. В этой сфере занято почти 81,3 млн человек, что составляет 3,4 % от общего числа работаю-

щих. Кроме того, в смежных отраслях туризм обеспечивает работой почти 264,3 млн человек [см.: 6].

По оценке Всемирной туристической организации, туристический ресурс Беларуси оценивается в 0,1 % ВВП. На самом же деле вклад туризма в валовой внутренний продукт не превышает 0,05 %. В то же время белорусская туристическая отрасль по ресурсной базе сходна с такими европейскими государствами, как Бельгия, Австрия, Чехия, Словакия и, по оценкам мировых экспертов, может приносить доход от 7 до 15 % ВВП [5].

Развитие сферы услуг в стране — залог успеха в достижении устойчивого положительного сальдо внешней торговли товарами и услугами. В 2008 г. населению было оказано туристско-экскурсионных услуг на 330,3 млрд руб., что в 2 раза больше, чем в 2007 г. Темп роста в сопоставимых ценах составил 156,2 % к уровню 2007 г., при целевом показателе в 128 % (рис. 1). Планируется, что к 2010 г. платные услуги составят 426 млрд руб. [7].



Динамика роста объемов туристско-экскурсионных услуг 2006—2008 гг.

Источник: [13].

В табл. 1 представлены данные о динамике экспорта, импорта туристических услуг Беларуси за последние годы.

Как видно из таблицы, импорт превышает экспорт, формируя, таким образом, отрицательное сальдо. По данным Министерства спорта и ту-

ризма Республики Беларусь, экспорт туристских услуг в 2008 г. составил 109,8 млн дол. США и увеличился по сравнению с 2007 г. на 121 %. В основном этот рост достигнут за счет увеличения реализации туров в Беларусь иностранным гражданам.

Таблица 1

Динамика экспорта, импорта туристических услуг Беларуси в 2006—2008 гг., млн дол. США

	2006	2007	2008
Экспорт	30,5	49,7	109,8
Импорт	60,0	87,3	161,9
Сальдо	29,5	37,6	52,1

Источник: [1; 15].

Сюда также включаются те денежные средства, которые зарубежные туристы оставляют в белорусских гостиницах. Импорт увеличился на 85,5 % и составил 161,9 млн дол. США. Исходя из приведен-

ных в табл. 1 данных, можно сделать вывод, что в течение последних двух лет наблюдается увеличение отрицательного сальдо по статье экспорт—импорт туристических услуг. В 2008 г. отрицательное

сальдо увеличилось на 14,5 млн дол. и составило 52,1 млн дол. при плановом задании минус 13 млн дол. Причина этого в том, что в Беларуси нет моря, часть белорусов выбирает для отдыха курорты Черного, Средиземного морей. Кроме того, этот факт свидетельствует об улучшении благосостояния белорусских граждан. Вместе с тем, из-за мирового финансового кризиса по сравнению с 2007 г. численность граждан республики, выехавших за рубеж, уменьшилась в 2008 г. на 1,2 млн человек, что составило 6,3 млн дол. [7].

Во внутреннем туризме наиболее активно развивается экскурсионное направление. Социологические исследования экскурсионных потоков в музеях Беларуси показывают, что в числе посетителей преобладают местные жители (96,7 %), а зарубежные гости (из Польши, Литвы, России, Украины, Германии) составляют всего 3,3 %. При этом в общем потоке преобладают минчане (46 %) и жители областных центров (26 %), доля посетителей из малых районных центров и сельских поселений не превышает 1/3 общего потока [14]. Очевидно, что работа по широкому вовлечению объектов историко-культурного наследия в экскурсионный показ требует подготовленных кадров и квалифицированного менеджмента на всех стадиях разработки и реализации туристско-экскурсионного продукта.

Одним из важнейших элементов туристского бизнеса являются туристские организации, которые обеспечивают прием иностранных туристов. На специализированных предприятиях отрасли туризма и отдыха занято около 10 тыс. человек (2006 г.). Туристскую деятельность (по состоянию на 1 января 2007 г.) осуществляли 434 туристические организации и предприятия юридических лиц и индивидуальных предпринимателей. Они сотрудничают более чем с 70 странами мира. Преобладают предприятия совмещенной туроператорской и турагентской деятельности — 293 организации. Наибольшее количество турфирм сосредоточено в Минске — около 340 предприятий [13]. В 2007 г.

Беларусь посетили 5 млн 300 тыс. иностранных граждан. В основном это гости из Украины (1 млн 454 тыс.), России (1 млн 303 тыс.), Литвы (921 тыс.), а также Польши, Латвии, Италии, Израиля, Турции и США. Лидерами по количеству обслуженных туристов являются туристические организации «Виополь» (18 тыс. туристов) и «Вокруг света» (10,5 тыс. туристов). Прогнозируется, что в 2010 г. турфирмы с учетом сегодняшнего темпа роста смогут обслужить около 200 тыс. иностранных граждан [1].

Комплексное обслуживание туристов обеспечивают свыше 600 объектов гостиничного хозяйства (284) и курортно-туристической инфраструктуры (около 320) общей емкостью около 70 тыс. мест, в которых в 2007 г. было обслужено свыше 2 млн туристов и отдыхающих (85 % — граждане Беларуси, 15 % — иностранные граждане) [13]. Гостиницы находятся в различных формах собственности и ведомственных подчинениях, существенно разнятся по уровню и ценам. Число средств размещения, находящихся в частной собственности, составляет приблизительно 35 % от их общего числа. Тем не менее, в них было размещено 43 % всех проживающих. Это связано с тем, что частные средства проживания размещены в основном в крупных городах, т. е. там, где это приносит прибыль, в то время как государство вынуждено содержать множество гостиниц, расположенных в районных центрах. Кроме этого, следует признать и более высокий уровень сервиса и самих условий проживания в областных и столичных отелях, что и привлекает туристов.

Общая проблема, присущая подавляющему большинству белорусских гостиниц, состоит в отсутствии сертификации, многие из них не имеют класса даже «одной звезды». Объекты размещения туристского класса, соответствующие мировым стандартам «3 звезды», сконцентрированы в столице и областных центрах, национальных парках и Березинском биосферном заповеднике, лишь в Минске и Витебске 4- и 5-звездочные отели (табл. 2).

Таблица 2

Состояние материально-технической базы туристической отрасли Республики Беларусь в 2000—2007 гг.

Год	2000	2003	2005	2007
Всего организаций	256	276	279	284
В том числе:				
гостиницы:	244	261	256	259
5-звездочные	—	—	—	1
4-звездочные	—	1	2	3
3-звездочные	—	5	6	10
другие	244	255	248	245

Источники: составлено автором по данным [13].

Средний уровень загрузки гостиниц по республике составляет 30 %, в Минске — около 45 %. В целом по миру этот показатель составляет 60—65 %. Отстает Республика Беларусь и в сравнении с соседними странами: в Литве в 2007 г. уровень

загрузки гостиниц составил 46,2 %, в Польше — 48,3 % [10; 12].

Частью туристической инфраструктуры является сеть общественного питания, включающая свыше 3 тыс. объектов. Учитывая географическое по-

ложение Беларуси, большое внимание уделяется развитию придорожного сервиса. На автомобильных дорогах страны функционирует свыше 400 кафе, ресторанов и баров [13]. По информации Министерства торговли Республики Беларусь, в 2008 г. введено 48 объектов общественного питания придорожного сервиса при плане на 2008 г. — 40, в том числе в Брестской области — 5, Витебской — 9, Гомельской — 3, Гродненской — 3, Минской — 24, Могилевской — 4. Между тем, существующей базы недостаточно для обслуживания туристских потоков Беларуси; к тому же, в большинстве случаев уровень сервиса также является неудовлетворительным [8].

Развитию инфраструктуры туризма уделяется большое внимание. За последние годы достигнута положительная динамика в ее развитии. Разработана и успешно реализуется подпрограмма «Развитие инфраструктуры туризма». В 2008 г. выполнены работы на 440 объектах туристической инфраструктуры, что в 2 раза больше, чем в 2007 г.; освоено 381 млрд руб., введено в строй 222 объекта. Из 220 объектов, запланированных программой на 2008 г., работы проводились на 206 объектах, соответственно не приступили к работе на 14 объектах [8].

Очевидно, что без привлечения инвесторов будет трудно построить современную инфраструктуру. Планируется, что 45 % денежных средств от общего объема финансирования, которые будут потрачены на строительство и реконструкцию объектов в ближайшие годы, составят внебюджетные и собственные средства. Следовательно, необходимо создать систему мер по привлечению инвесторов в туристическую отрасль страны. Причем условия для них в Беларуси должны быть более привлекательными и выгодными, нежели в соседних государствах.

2008 г. отмечен увеличением потока туристов-охотников, развитием инфраструктуры, позволившем улучшить качество сервиса в охотничьих хозяйствах, и как следствие — увеличением доходов от охотничьего туризма. В 2009 г. году рост доходов охотхозяйств Беларуси от проведения охоттуров составил 145 % по сравнению с 2007 г. и достиг отметки в 3,5 млрд руб. В 2009 г. доходы от охотхозяйственной деятельности по лесохозяйственным хозяйствам увеличились на 20 %. Все государственные производственные лесохозяйственные объединения (ГПЛХО) Беларуси должны получить в текущем году лицензию на осуществление туристических услуг. Это будет сделано для того, чтобы избежать посредников при организации и проведении охотничьих туров для иностранцев [10].

Таким образом, наличие обширных охотничьих угодий и разнообразие охотничье-промысловых видов животных и экономическая целесообразность развития охотничьего туризма, позволяют сделать вывод о его перспективности. Однако проблема в том, что пока и туроператоров, и охотничьих туров не так много, как хотелось бы. В 2006 г., например, доля туристов данного профиля едва ли превысила 1 % от общего числа въездных туристов. При-

чины заключаются в следующем. Во-первых, этот вид туризма — один из самых сложных, поскольку требуется пройти очень длинную цепочку согласований различных ведомств: Министерства спорта и туризма, Министерства внутренних дел, Министерства лесного хозяйства, Министерства природных ресурсов и охраны окружающей среды. Во-вторых, в партнерах очень важно иметь надежные охотничьи хозяйства, где будет обеспечен сервис на должном уровне. Все эти условия сегодня в большей или меньшей степени соблюдены в охотхозяйствах при национальных парках (у Беловежской пуши их 13, Припятского — 2, на Браславских озерах — 5, по одному находится в ведении Березинского биосферного заповедника и национального парка «Нарочанский»), которые активно работают с зарубежными туристами.

Однако в целом в стране насчитывается около 250 охотничьих хозяйств различной ведомственной подчиненности, хотя лишь 20 % из них принимают иностранных граждан («Лясковичи», «Барсуки», «Телехань», «Браславское», «Тетеринское», «Красносельское» и др.) [10]. Чтобы существенно увеличить этот показатель, потребуется кардинально улучшить маркетинговую работу, подготовку егерско-охотоведческого состава, материальную базу хозяйств, инфраструктуру отдыха и досуга.

Агротуризм выгоден для таких стран, как Беларусь, с достаточно большим аграрным сектором экономики. Он способствует устойчивому развитию сельских регионов и росту благосостояния их жителей через привлечение инвестиций, создание новых рабочих мест, пополняет, пусть и косвенно, местные бюджеты, активно служит достижению социокультурных целей. В нашей стране взят курс на ускоренный рост сельского туризма, старт которому дал Указ Президента Республики Беларусь от 2 июня 2006 г. № 372 «О некоторых мерах по развитию агротуризма в Республике Беларусь». Документ создает чрезвычайно привлекательные условия для сельских жителей, желающих заниматься турбизнесом.

Активная позиция органов власти, финансовая поддержка Белагропромбанка и консультации белорусского общественного объединения «Отдых в деревне» в 2008 г. дали существенный толчок развитию агротуризма. Количество агроусадоб в 2008 г. увеличилось в 2,5 раза по сравнению с 2007 г. и в настоящее время составляет 474 (в 2006 г. их насчитывалось только 34) (табл. 3). Кроме того, ежегодно увеличивается количество туристов, выбирающих для отдыха именно сельские усадьбы. В 2008 г. их было около 39 тыс. [5].

Но, несмотря на прогресс в количестве, на сегодняшний день белорусский агротуризм не представляет собой самостоятельного комплекса. Так, средняя продолжительность пребывания туристов в сельской местности составляет в среднем 2,5 дня, из чего следует, что агротуризм — это пока туры выходного дня для граждан Республики Беларусь или часть общего тура по стране зарубежных гостей [15].

Количество сельских усадеб, принимающих туристов в Республике Беларусь

	2006	2007	2008
Брестская область	4	32	75
Витебская область	5	50	157
Гомельская область	5	11	31
Гродненская область	11	33	70
Минская область	7	48	125
Могилевская область	2	14	16
Итого по республике	34	188	474

Источник: [5].

В современных условиях основными мотивами для выбора развития сельского отдыха являются недостаток финансовых средств у населения для отдыха на дорогих курортах, потребность отдыха в сельской местности независимо от достатка, необходимость оздоровления в данных климатических условиях, а также желание питаться экологически чистыми и недорогими продуктами. Исходя из сложившейся на рынке туризма ситуации, обусловленной мировым экономическим кризисом, можно предположить, что в целом в ближайшие два года въездной туризм в республику уменьшится. Следовательно, необходимо выстраивать маркетинговую политику, ориентированную на внутренний и соседние рынки. Географическая близость Польши, стран Прибалтики, Украины наряду с умеренными ценами могут оказаться решающими для туристов в их выборе формы и места туризма.

Несмотря на то, что агроэкотуризм в Беларуси — понятие относительно новое, некоторые отечественные усадьбы уже практически достигли предела своего развития. Следующим этапом их работы могло бы стать объединение для реализации совместных проектов. А национальные, географические, культурные, исторические ресурсы страны — та консолидирующая основа, которая поможет агроусадьбам развиваться плодотворнее. Такое нововведение позволит улучшить качество и расширить ассортимент предлагаемых услуг. Например, на Гомельщине уже введена кластерная модель развития. Кластер — это группа географически соседствующих компаний и связанных с ними организаций, взаимодополняющих друг друга. В работе кластера любой заинтересованный человек или предприятие принимают участие в меру своих возможностей. Внести свою лепту и приумножить прибыль могут не только владельцы усадеб, но и медучреждения, организации, работающие в сфере охраны природы, сохранения культурного наследия, средства массовой информации, производители и торговцы спортивным, туристическим снаряжением, продуктами питания и многие другие. Именно объединение усилий различных усадеб, органов местной власти, образовательных учреждений способно помочь молодой отрасли. Тем более, что работа кластерного сектора основывается на использовании потенциала и ресурсов внутреннего рынка страны. Это очень

важно в современных условиях экономической нестабильности.

Одной из проблем развития туризма Беларуси на современном этапе является то, что иностранные граждане мало информированы о нашей стране, вследствие чего нет заинтересованности ее посетить. Сведения о стране, проникающие за границу посредством СМИ и Интернет, в лучшем случае нейтрально равнодушны, в худшем — эмоционально отрицательные. Въездной туризм может и должен разрушить сложившиеся в ряде зарубежных стран негативные стереотипы в отношении нашей страны (связанные с особенностями ее политической системы, неразвитостью инфраструктуры, инвестиционной непривлекательностью, экологическими проблемами и т. д.).

Необходимо отметить, что решению этой проблемы уделяется огромное внимание. Ежегодно из бюджета выделяются средства на создание имиджа и рекламно-информационное обеспечение — на выставочную деятельность, прием ознакомительных туров специалистов в области туризма и представителей СМИ, рекламу и презентации. В 2008 г. для этих целей было выделено 2,3 млрд руб. Эти затраты себя оправдывают. Улучшается положение дел по продвижению турпродукта за границу. Если в 2006 г. представители отечественного турбизнеса выступили единым стендом на шести международных выставках за рубежом, то в 2007 г. приняли участие уже в десяти — в Москве, Варшаве, Лондоне, Берлине, Стамбуле, Тель-Авиве и др. Кроме того, туристические агентства и субъекты хозяйствования в 2007 г. представили туристический продукт на четырех национальных выставках и традиционных выставках «Турбизнес» и «Отдых». Узнаванию нашей страны за границей в значительной степени способствовала организация 14 инфотуров по Беларуси для журналистов и туроператоров из 12 стран. Кроме соседей нашу страну посетили специалисты из Сербии, Израиля, Японии, Германии и Китая [1].

На сегодняшний день осознается важность положительного туристического имиджа Республики Беларусь, на его улучшение направлены значительные средства. Правительство заключило контракт с известным PR-деятелем лордом Беллом, белорусскими экспертами подготовлен специальный план по продвижению страны на международном рынке на 2009—2010 гг.

Таким образом, туризм тесно взаимосвязан с национальной экономикой и уже давно рассматривается как одна из наиболее доходных и интенсивно развивающихся отраслей мирового хозяйства.

Развитие сферы услуг в стране — залог успеха в достижении устойчивого положительного сальдо внешней торговли товарами и услугами.

ЛИТЕРАТУРА

1. Белорусский туризм вырос из коротких штанишек: интервью с директором Департамента по туризму Министерства спорта и туризма Республики Беларусь В. Янковенко [Электронный ресурс] // БелТА: Белорусское телеграфное агентство. — Режим доступа: <<http://news.belta.by/ru/actual/interview?id=202246>>. — Дата доступа: 13.03.2009.
2. Гайдукевич, Л. М. Развитие международного туризма в странах Центральной и Восточной Европы / Л. М. Гайдукевич. — Минск: БГЭУ, 2007. — 182 с.
3. Гайдукевич, Л. М. Туризм Беларуси — трудный поиск нового облика / Л. М. Гайдукевич // Белорус. журн. междунар. права и междунар. отношений. — 2000. — № 4. — С. 76—78.
4. Гайдукевич, Л. М. Туристическая политика Республики Беларусь в условиях рыночных преобразований / Л. М. Гайдукевич // Журн. междунар. права и междунар. отношений. — 2008. — № 2. — С. 26—29.
5. Германчук, И. Сельский туризм на экспорт / И. Германчук [Электронный ресурс] // Экономическая газета. — Режим доступа: <<http://www.neg.by/news/7181.html>>. — Дата доступа: 03.04.2009.
6. Доклады и выступления [Электронный ресурс] // Министерство спорта, туризма и молодежной политики Российской Федерации. — Режим доступа: <<http://minstm.gov.ru/press-centre/speech.shtml/xPages/entry.371.html>>. — Дата доступа: 08.04.2009.
7. Объем платных туристско-экскурсионных услуг в Беларуси возрос в 2008 году вдвое [Электронный ресурс] // Министерство по налогам и сборам Республики Беларусь. — Режим доступа: <<http://nalog.by/news/ministries/mnsnews-1802091.html>>. — Дата доступа: 25.03.2009.
8. Отчет о работе туристической отрасли за 2008 год // Текущий архив Департамента по туризму Мин-ва спорта и туризма Респ. Беларусь.
9. Перспективы гостиничного бизнеса в Европе [Электронный ресурс] // Делойт и Туш РКСЛ. — Режим доступа: <http://deloitte-touche.net/dtt/press_release/0,1014,sid%2d%253D214672,00.html>. — Дата доступа: 12.05.2009
10. Перспективы охотничьего туризма в Беларуси обсудят на выставке «Охота и рыболовство. Активный отдых—2009» [Электронный ресурс] // TUT.BY: белорусский портал. — Режим доступа: <http://news.tut.by/130802.html>. — Дата доступа: 04.04.2009.
11. Решетников, Д. Г. Международный туризм в системе внешней торговли Беларуси / Д. Г. Решетников. — Минск: БГУ, 2004. — 195 с.
12. Статистика туризма в Литве [Электронный ресурс] // Туризм Литвы. — Режим доступа: <http://ru.litauen-netz.de/174/2009-0067/statistika_turisma.html>. — Дата доступа: 12.05.2009.
13. Туризм и туристические ресурсы в Республике Беларусь: стат. сб. / Нац. стат. комитет Респ. Беларусь. — Минск: 2009. — 131 с.
14. Туристские регионы Беларуси. — Минск: Беларус. энцыклапедыя імя П. Броўкі, 2008. — 608 с.
15. Услуги [Электронный ресурс] // Исполнительный комитет Содружества Независимых Государств. — Режим доступа: <<http://www.cis.minsk.by/main.aspx?uid=10944>>. — Дата доступа: 25.03.2009.

«Belarus Tourism Complex in the Conditions of Market Transformation» (Leonid Gaidukevich)

This paper provides a complex analysis of the development of tourism complex of the Republic in the 1990s and in the early 2000s. It stresses that the tourism complex reformation in the Republic is largely similar to that of other countries of Central and Eastern Europe. The development of agritourism (since 2001) has become a priority in the development of the national tourism complex and an intensifier of the development of tourism in the regions of the country. However, tourism image of the Republic of Belarus is still low, which necessitates a more active policy.