

ВНУТРЕННИЙ ТУРИЗМ БЕЛАРУСИ: СОВРЕМЕННОЕ СОСТОЯНИЕ И ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ.

(Обзор прессы за I полугодие 2005 г.

В последнее время в периодической печати появляется множество статей, посвященных перестройке отечественной сферы туризма, необходимости развития въездного и внут-реннего туризма.

Исследуется туристический, научно-про-светительский потенциал объектов культурного наследия республики. Обсуждаются организационные, правовые и экономические аспекты создания туристических зон на территории Беларуси.

Объясняется столь активное включение прессы в об-суждение проблем туризма вниманием к данной сфере гла-вы государства. Знаменитый 39-й протокол поручений Пре-зидента Республики Беларусь от 1 декабря 2004 г., адресо-ванный конкретно к туристической отрасли, гласит: “Обес-печить развитие туристической индустрии на уровне миро-вых стандартов, повсеместно использовать для этого потен-циал туроператоров, их инициативу и инвестиции. Довести конкретные задания по развитию указанной инфраструк-туры до субъектов хозяйствования, имеющих лицензии на осуществление туристической деятельности”.

По мнению специалистов, Президентом задана очень высокая планка. На сегодняшний день делаются попытки реформировать туристическую отрасль, вырабатываются новые правила лицензирования, идет подготовка проекта Указа Президента “О государственной поддержке туризма”, депутатами рассматривается закон “О туризме” в новой ре-дакции. В марте 2005 г. объявлен конкурс на лучший лого-тип (графический знак) туризма Беларуси. Республика Бе-ларусь вступила во Всемирную туристическую организа-цию. Согласно концепции развития въездного и внутренне-го туризма на территории Беларуси до конца 2006 г. по-явятся 27 туристических зон (2 в Минске и 25 в регионах). Среди позитивных фактов последнего времени – 4-недель-ная стажировка руководителей трех белорусских турфирм в странах Евросоюза. Ознакомить с западноевропейским ведением дел в турбизнесе наших специалистов пригласили координаторы программы обучения менеджеров “Manage-ment Training Program” (МТР). Программа обучения мене-джеров (МТР) является одним из проектов программы TACIS и финансируется Евросоюзом.

В одном из своих интервью в начале 2005 г. начальник управления туризма Министерства спорта и туризма Бела-руси С. Доронин отмечал:

“Нам сегодня необходимо кро-потливое, детальное изучение потенциала белорусского ту-ризма, системный анализ и выработка государственной стратегии развития данной отрасли] ”2]. 2005 г. отмечен началом подготовки Национальной программы развития туризма на 2006–2010 гг.

Реальную картину нынешнего состояния туристической отрасли представляют публикации: “Ни туриста, ни де-нег...” ”1“ , [Не хватает знаний и фантазии] ”5“ , [Пятки ин-туристов] ”9“ , [Непопулярное наследие] ”8] и ряд других. В них специалисты отрасли и журналисты дают критическую оценку состояния дел, подчеркивая при этом, что туризм пока не стал отраслью экономики. Так, в частности, в ста-тье В. Чуюсова “Пятки интуристов] ”9], опубликованной в газете “Обозреватель” в июне 2005 г., содержится обобщаю-щая характеристика въездного туризма. Статистика свиде-тельствует, отмечает В. Чуюсов, что в 2004 г. Беларусь посетило 67,5 тыс. иностранных путешественников. Чтобы представить, насколько это мизерная цифра, стоит приве-сти принятый в мировой практике ориентир: 1 турист на 10 местных жителей – это считается нормальным показа-телем, т.е. Беларусь должна была бы принимать миллион иностранцев... Другая печальная цифра – доля туристиче-ских услуг в ВВП. Сейчас она составляет 0,06% – в сотни раз ниже, чем в европейских странах. Государственная программа по развитию туризма 2001–2005 гг. оказалась неэффе-ктивной: иностранные туристы, посещающие Бела-русь – это в основном транзитники, направляющиеся с За-пада на Восток.

По мнению В. Чуюсова, изменения в туризме надо на-чать с признания того, что на протяжении последних 15 лет государство от развития данной отрасли самоустрани-лось. За эти годы созданная во времена СССР туристиче-ская инфраструктура пришла в упадок, морально и физи-чески устарела. Государственные компании, перед которы-ми ставились задачи по привлечению иностранных тури-стов, сделать этого не смогли. Для Министерства спорта и туризма главными задачами на протяжении долгого вре-мени были проблемы подготовки спортсменов, а не созда-ние национального туристического продукта. Поддержка спорта нужна для укрепления международного имиджа страны и формирования здоровья нации; туризм – сфера услуг, работающая по таким же законам, как и другие секторы экономики: благоприятные условия – инвестиции – экономическая отдача. По всем пунктам здесь у нас пока минус, – констатирует автор [9].

Далее следует конкретный перечень недоработок в от-расли: “Цены в

некоторых гостиницах все еще устанавливаются исходя из гражданства путешественника, самые высокие – для постояльцев из дальнего зарубежья. Причем качество услуг часто оставляет желать лучшего. Цены на белорусские визы продолжают оставаться очень высокими, деятельность по обслуживанию иностранных туристов облагается непомерными налогами] ”9].

Авторы других публикаций, оценивая высокий процент выездного туризма (до двух миллионов в год) по сравнению с въездным, подчеркивают: “Если по-хорошему и спокойно отнестись к непаритетному развитию туризма в Беларуси, то государство устами чиновников должно сказать само себе: да, выездной туризм у нас преобладал, преобладает и будет преобладать] ”3].

На данном этапе развития туризма, по мнению большинства специалистов, самое главное внимание должно уделяться *внутреннему туризму*. Газета “Белорусский рынок” пишет: “Может, для того, чтобы к нам поехали туристы, мы должны измениться сами, изменить свою страну и полюбить ее? Тогда и другие к нам потянутся] ”8].

По мнению автора статьи “Непопулярное наследие“, парадокс в том, что собственная страна у белорусов непопулярна. Мало кого интересует ее язык, история и культура. Отношение к ним пренебрежительное... Результаты сказываются на туристической отрасли. Граждане не хотят видеть то, о чем никогда не слышали или имеют смутное представление из школьной программы советских времен. Дело властей – вернуть Беларусь белорусам...] ”8].

На заседании общественного совета при Министерстве спорта и туризма, состоявшемся в феврале 2005 г., где профессионалы обсуждали проблемы туризма, прозвучали итоги выполнения Национальной программы развития туризма в Республике Беларусь на 2001–2005 гг. Выступление Г. Потаевой, директора фирмы “Винополь”, было посвящено проблемам внутреннего туризма [8, 5]. Она, в частности, отметила: “В Беларуси нет реальных турпотоков из-за границы, их и не будет, пока не будет своих туристов: будет свой турист – приедет и иностранный”. Ее турфирма каждые выходные организует экскурсии по Беларуси, и по мнению главы турфирмы, этот вид услуг переживает не спад, а подъем. Люди начали ездить в те места, малые города и местечки, о существовании которых ранее не подозревали. Если раньше по Беларуси ездили детские группы, то сегодня 49% туристов – взрослые. Внутренний познавательный туризм не требует больших инвестиций, но предполагает наличие больших знаний, фантазии, привлечения ярких личностей, считает Г. Потаева. И он

может стать на-шей национальной туристической идеей.

Турист, который едет по родной стране с познаватель-ными целями, по наблюдению Г. Потаевой, теперь не тот, что раньше. По родной стране хотят путешествовать люди, которые уже побывали с экскурсиями за границей и предъ-являют соответствующий спрос к отечественным достопри-мечательностям. Они готовы платить, но хотят и получить. А у нас пока принято, чтобы турист ехал в путешествие со своим термосом и бутербродом. В местах, куда прибывают туристы, нет ресторанов национальной кухни, выбора суве-ниров, анимационных программ. В Мирском замке нельзя сфотографироваться с рыцарем, потому что его там нет.

“Центры туризма – Новогрудок, Слоним и другие – ни-чего не получают от туризма. Туристы приехали и уехали, только мешают. Необходимо изменить налоговую систему, с тем, чтобы местные власти были заинтересованы в нара-щивании турпотоков”, – считает Г. Потаева. Выход, по мнению руководителя “Виаполя”, – в системной организа-ции туристической деятельности на местах: создании льгот-ных финансовых условий, для того, чтобы местные жители были заинтересованы в строительстве инфраструктуры, развитии анимационных программ, как что происходит во всем мире. Г. Потаева предложила создать Ассоциацию на-циональных операторов, занимающихся внутренним туриз-мом.

В марте 2005 г. еженедельная газета “Туризм и отдых” под рубрикой “Компетентное мнение” опубликовала тезис-ное изложение всех предложений Г. Потаевой, главы тур-фирмы “Виаполь”, кандидата географических наук, по перспективному развитию *внутреннего познавательного туризма* [7].

1. Познавательный туризм должен стать основой *на-ционального туристического продукта* Беларуси. Это будет тот остов, тот ствол, к которому должны примыкать все остальные виды внутреннего туризма. Это единствен-ный вид туризма, который не требует значительных и мгно-венных капитальных вложений, может развиваться перма-нентно. Это, в определенном смысле, может стать “нацио-нальной идеей” нашего туризма.

2. Развитие внутреннего познавательного туризма тре-бует больших знаний, фантазии, изучения зарубежного опыта, привлечения самых разных специалистов – ярких личностей. Это истинно *операторская деятельность*, со-ответствующая определению туроператора: создание, про-движение, продажа турпродукта (продавая туры в Турцию или Египет, мы выступаем как агенты зарубежных тури-стических фирм, где

в действительности туристический продукт создается операторами). Операторство – это собственный продукт, а не офисный каталог иностранных гостиниц, присланный зарубежным партнером. Внутренний познавательный туризм – это очень сложный вид продукта – недорогие составляющие и высококачественный конечный продукт. Это как в кулинарии – можно взять набор продуктов и сделать из него вкусное блюдо, а можно – бурду. Здесь все на нюансах. Поэтому предлагается *создать Ассоциацию белорусских туроператоров*.

3. Внутренний познавательный туризм должен *иметь приоритет* перед въездным. Сегодня нет реальных потоков из-за границы в Беларусь. Они будут, если мы научимся принимать туристов. А учиться лучше на своих. Внутренний туризм – полигон для развития въездного туризма. Будет хороший внутренний – появятся и потоки въездного. Это как делать ремонт в квартире – мы думаем, как нам обустроить для себя, чтобы было удобно и красиво, а уже потом, как что будет восприниматься нашими гостями. Думать иначе – провинциально. Развивать страну для въездного туризма без внутреннего могут позволить себе страны: либо имеющие очаги выдающихся туристических ресурсов (пирамиды, ласковое море и т.д.), либо в которых потоки за границу собственных туристов незначительны вследствие бедности и невысокого уровня развития духовных потребностей.

4. Сейчас вид внутреннего познавательного туризма *находится на подъеме*, в него вовлекаются широкие слои населения. Если раньше по Беларуси путешествовали в основном школьники, то за прошлый год соотношение таково: 49% – взрослые, 51% – школьники. Начались регулярные поездки индивидуальных туристов, собираемых по рекламе в газетах, – летом каждые выходные, а этого не было уже много лет. Внедряются новые маршруты: Глубокое – Мосар, Залесье – Свирь – Шеметово и другие, и заказчики довольно легко идут на эти маршруты – их около 30% от общего числа проводимых. Налаживается программа “Week-end в столице” – прием в Минске школьников из сельской местности (с обзорной экскурсией, цирком, метро, показом вечернего Минска, посещением “Макдональдса”). Проводятся туры по специальным программам – учебные экскурсии для студентов туристических специальностей, архитекторов, экологов и т.д.

5. Экскурсия внутреннего познавательного туризма сегодня – это не то, что экскурсия вчера. Мощнейшая конкуренция ТВ, Интернета с хорошо упакованной информацией и зрительным рядом, опыт наших туристов, почерпнутый в зарубежных поездках, требуют нового подхода

к организации этого вида деятельности. *Экскурсия вчера*: экскурсовод + автобус + бутерброд с собой. Плюс группа (оплаченная наполовину или полностью профсоюзом). *Экскурсия сегодня*: хороший автобус с кофе, конфетами и вежливым водителем + яркий экскурсовод-личность (способный удерживать внимание невнимательной аудитории 5–8 часов в день) + тематическая музыка и видео в автобусе + система анимации в туристическом центре + этнографическое питание + возможность купить в туристическом центре на память поделки, сувениры, характерные для данной местности, + сувениры, раздаваемые в автобусе от фирмы-организатора, + познавательная игра с призами на обратной дороге. Плюс группа, заплатившая немалые личные деньги. Сегодня экскурсия должна соответствовать всем целям туристической деятельности – познание, развлечение, оздоровление.

6. Внутренний туризм должен отвечать двум критериям: во-первых, соответствовать современным рекреационным потребностям людей, во-вторых, *стать мощным стимулом развития* для наших туристических центров – малых городов и местечек, куда направляются группы туристов. В настоящее время на развитии внутреннего познавательного туризма зарабатывают понемногу туристические фирмы, водители автобусов, экскурсоводы. Сложилась парадоксальная ситуация: центры туризма (например, Слоним, Новогрудок) не зарабатывают вообще. Ни местные органы власти, ни местные жители не заинтересованы в туризме. Для активизации этого вида деятельности (а это и дополнительные рабочие места, и деньги, остающиеся в городах – центрах туризма) необходимо создать *льготы и преференции* для предприятий туристической инфраструктуры в малых городах, заинтересовать предпринимателей, изменить систему распределения налогов с тем, чтобы они оставались на местах, и местные власти были заинтересованы в развитии туристической инфраструктуры, в притоке туристов, то есть, чтобы была *прямая заинтересованность местных властей в увеличении туристических потоков*. Если бы большая часть налогов от продажи основных и дополнительных услуг оставалась в туристическом центре, то и местные власти старались бы активизировать эту деятельность, и местные жители видели бы результат притока туристов – благоустройство городов, улучшение системы общественного обслуживания. Для этого нужно внесение изменений в законодательство.

7. Необходим реальный стимул активизации туристической инфраструктуры на местах (анимация, театрализованные

представления, этнографические предприятия питания). Это создало бы привлекательные рабочие места для выпускников вузов – выходцев из этих мест. Рыцари в Мирском замке. Музыканты, которые для экскурсантов играют на рояле в музее Мицкевича в Новогрудке... Все это могут быть местные жители.

8. Кроме того, необходима государственная поддержка туризма на первом этапе – создание “точек роста” – первоочередных объектов, формирующих туристические потоки. Государство может взять на себя восстановление наших памятников, *местная власть и предприниматели – создание инфраструктуры*. Следует формировать в городах культурно-туристические зоны, для которых необходимо разработать программу-минимум и программу-максимум.

9. *Экскурсовод – центральная фигура на маршруте*, вершина айсберга туристического продукта фирмы. Экскурсоводов нужно учить долго и тщательно, желательны из людей творческих специальностей. Мы не Париж, где объекты говорят сами за себя. У нас основной способ показа – метод зрительной реконструкции. Все разрушено, и увлечь туристов могут только люди творческие, чувствующие аудиторию, которые могут быть и экскурсоводами, и руководителями группы.

10. Дополнительный ресурс государства находится и в области *вовлечения в сферу туризма Белорусской железной дороги*. Железная дорога сегодня абсолютно неконкурентна в туризме. Например, десятки туристических фирм Минска летом по четвергам в 17.00 отправляют на автобусах (как правило, негосударственных автопарков) туристов в познавательный 5-дневный тур в Санкт-Петербург. Больше всего зарабатывают на этом туре автопарки, и это хорошо. Но почему бы не подзаработать и государственной железной дороге? Почему бы не пустить специальный поезд или сделать групповую туристическую скидку на ж/д, прицепить несколько купейных вагонов? Стоимость билета должна быть минимальной. Такую акцию в 1955 году провела Франция – 35% скидка на проезд по ж/д для групп туристов.

11. Необходимо *создавать конкурентоспособный национальный туристический продукт*. Нельзя принимать туристов на ценовом уровне, сложившемся на постсоветском пространстве. Сейчас 2 дня в столице Украины (Киеве) стоят 17 – 19\$ для групп: с ночлегом, завтраком, экскурсиями, музеями, прибылью. Владимир – Суздаль – Боголюбово – Нерль – 21\$. Попробуйте создать аналогичный тур в Минске, учитывая безумную шкалу цен в гостиницах. У нас уже есть 4-звездочные гостиницы, но еще нет туристских гостиниц с удобствами на блок или в номере, чтобы можно было селить туристов по ценам

Польши, Чехии, Литвы, России... да и Испании...

12. Говоря языком искусства, *туризм – не реализм, а импрессионизм. Здесь важно впечатление...* Перефразируя известную мысль Маяковского о театре, туризм – не зеркало, а увеличительное стекло. Здесь можно многое исправить с помощью изящно составленных программ, талантливых экскурсоводов и “роялей в кустах”. Давайте трудиться над этим, и тогда “жить станет лучше, жить станет веселее”...

*Прениц К.В., главный библиограф ОНИКИ
Национальной библиотеки Беларуси*

Литература

1. **Бурносенко И.** Ни туриста, ни денег, или Почему мы не богатеем на событийном туризме // Туризм и отдых. – 2005. – 12 мая. – С. 5, 10.
2. **Доронин С.** “Пока у нас нет турпродукта, есть только до-стопримечательности...” // Туризм и отдых. – 2005. – 20 янв. – С. 2.
3. **Кобзик Л.** Выездной патриотизм // Туризм и отдых. – 2005. – 27 янв. – С. 2.
4. **Максимова Л.** Хорошие примеры в турбизнесе заразительны / Беседу вел А. Мохор // Республика. – 2005. – 11 чэрв. – С. 13.
5. **Не хватает** знаний и фантазии // Белорусский рынок. – 2005. – 14 февр. – С. 21.
6. **Непопулярное** наследие // Белорусский рынок. – 2005. – 14 февр. – С. 21.
7. **Потаева Г.** Внутренний туризм под увеличительным стеклом // Туризм и отдых. – 2005. – 3 марта. – С. 4, 6.
8. **Территория** больших проблем // Туризм и отдых. – 2005. – 10 февр. – С. 3, 5.
9. **Чуясов В.** Пятки интуристов // Обозреватель. – 2005. – 3 июня. – С. 5.