

ПУТИ ПОВЫШЕНИЯ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ РЕГИОНАЛЬНОГО ТУРИСТСКОГО КОМПЛЕКСА

Е. С. Савченко

*Гомельский государственный технический университет
имени П. О. Сухого, Беларусь*

Научный руководитель канд. геогр. наук Е. Н. Карчевская

В разрезе настоящего исследования дан краткий анализ текущего состояния регионального туристского комплекса (РТК) с целью выявления на его основе возможных путей повышения конкурентоспособности РТК.

Гомельская область относится к проблемным регионам в части развития туризма. Крайне негативное влияние на его развитие оказала авария на Чернобыльской АЭС. Радиоактивному загрязнению подверглось 70 % земель [1]. В связи с этим зона обязательного отселения (или подверженная радиоактивному загрязнению) может стать уникальным туристским объектом для развития экстремального туризма.

Отсутствие положительного имиджа области также препятствует тому, чтобы РТК стал конкурентоспособным. Дискуссии на эту тему уже давно ведутся как на уровне республики, так и в регионе. Гомельскую область должны узнавать по исторически значимым объектам, являющимися визитной карточкой, как узнают Москву по Красной площади, Париж – по Эйфелевой башне и т. д. Для развития РТК необходимо создание своеобразного странового бренда, применение специальных марке-

тинговых технологий, которые будут способствовать узнаваемости как Беларуси в целом, так и Гомельского региона в частности.

Немаловажными проблемами как для всей страны в целом, так и региона являются: сохранение чрезвычайно дорогого визового режима с большинством стран мира и отсутствие соглашения о «зеленом коридоре», в результате чего туристам немало времени приходится проводить у пограничных пунктов пропуска.

При анализе важной составляющей РТК – средств размещения – было выявлено, что показатели загрузки отелей, расположенных на территории Гомельской области, и тарифы взаимосвязаны. Наименьшая загрузка отелей приходится на выходные дни, когда нет командированных, поэтому должна быть возможность снижения цены в эти дни. В качестве примера можно привести Польшу: в белостокском отеле «Голубиевски» в обычные дни одноместный номер стоит 65 дол. США, а с вечера пятницы до утра понедельника цена снижается до 40 дол., причем в эту стоимость входит неограниченное по времени посещение аквапарка [2]. Отрицательным фактом является и отсутствие у региональных гостиниц сезонных или иных скидок. Большим упущением в развитии РТК является отсутствие отелей, входящих в международные гостиничные сети (InterContinental Hotels Group, Hilton Hotels Corporation, Marriott International), которые начали активно внедряться в Москве, Санкт-Петербурге и в регионах Российской Федерации [3].

Область, занимая приграничное с Россией и Украиной положение, может стать в будущем связующим звеном для укрепления традиционных связей восточнославянских народов. Этому также способствует и наличие большого числа транспортных коммуникаций, связывающих три наиболее развитые республики бывшего СССР. В связи с чем Гомельский регион является перспективным с точки зрения развития как транзитного и трансграничного туризма, так и соответствующих данным видам туризма объектов РТК. Однако РТК имеет слаборазвитый придорожный сервис. В последнее время уделяется особое внимание расширению и обновлению магистралей, улучшению качества их покрытия, но сфера услуг вокруг них практически не развита: объекты придорожного сервиса ориентированы на устаревшие стандарты обслуживания. Например, построено большое количество автозаправочных станций, но не все из них оборудованы в соответствии с европейским уровнем комнатами личной гигиены. Таким образом, необходимы стандарты, определяющие, какой набор услуг обязаны предоставлять предприятия придорожного сервиса. Данное условие касается и предприятий общественного питания, и охраняемых стоянок.

Также необходимо, чтобы региональные туристские предприятия инвестировали в развитие инфраструктуры РТК. В качестве примера можно привести предприятия других регионов страны: «Алатан-тур» приобрел гостиницу «Белосток» в Гродно, а компания «Актан» создала хорошую базу на Браславских озерах [2]. Однако данное явление на сегодняшний день не стало массовым, так как необходимо создать продукт, активно пропагандировать и рекламировать его, в том числе и на международных выставках, найти партнеров, повысить квалификацию сотрудников. Все это является очень сложным и дорогостоящим. Большим недостатком является и отсутствие крупных туристских операторов на территории Гомельской области, которые смогли бы инвестировать в развитие объектов РТК.

Таким образом, отсутствие привлекательного имиджа, брэнда, особенного национального колорита региона, впрочем, как и всей Беларуси, препятствует развитию РТК. Из-за весьма длительной, сложной и дорогостоящей процедуры оформления виз объекты и субъекты РТК теряют иностранных туристов. Отсутствие соглашения о «зеленом коридоре» и небольшая пропускная способность пунктов та-

моженного оформления также являются отрицательным моментом. В связи с чем возникает необходимость рассмотреть опыт зарубежных стран: безвизовый выезд для туристов из индустриально развитых стран, принятие соглашения о «зеленом коридоре» и др.

Проанализировав средства размещения, было выявлено, что показатели загрузки отелей и тарифы взаимосвязаны. Наименьшая загрузка отелей приходится на выходные дни, поэтому должна быть возможность снижения цены в эти дни путем предоставления различных скидок, проведения акций и т. д. Существует серьезная необходимость в международном сотрудничестве по созданию отелей, входящих в международные гостиничные сети.

Для повышения конкурентоспособности РТК необходимо наличие стандартов, определяющих, какой набор услуг обязаны предоставлять предприятия придорожного сервиса; программ развития придорожного сервиса, базирующихся на местных кадрах при участии областных и районных органов государственного управления; льгот или преференций для предпринимателей, участвующих в создании и развитии регионального придорожного сервиса. Также необходимо, чтобы региональные туристские предприятия инвестировали в развитие инфраструктуры РТК. А государство, в свою очередь, должно предоставлять им льготы, т. е. стимулировать у них интерес.

Л и т е р а т у р а

1. Кармазин, В. Туризм – дело государственное [Электронный ресурс] / В. Кармазин. – Режим доступа: www.7days.belta.by.
2. Сверкунов, В. Станет ли Беларусь туристической Меккой? / В. Сверкунов // Директор. – 2008. – № 5. – С. 26–28.
3. Томашевская, О. Белорусские гостиницы обходятся дороже европейских [Электронный ресурс] / О. Томашевская. – Режим доступа: www.rol.ru.