

# ОСОБЕННОСТИ ВОСПРИЯТИЯ ТУРИСТИЧЕСКОЙ ОТРАСЛИ РОССИЯНАМИ И БЕЛОРУСАМИ В РАМКАХ СОЮЗНОГО ГОСУДАРСТВА

**Л. И. Грошева**

*Тюменское высшее военно-инженерное командное училище  
имени маршала инженерных войск А. И. Прошлякова, Россия*

Россия и Беларусь имеют значительный потенциал в развитии туристической отрасли. Основным преимуществом для развития данной отрасли в Беларуси является ее территориальное нахождение на границе двух цивилизаций – западной и восточной. Выгодное географическое положение, богатое культурно-историческое наследие, разнообразные и уникальные природно-территориальные комплексы являются неотъемлемой частью национального туристского продукта и играют непосредственную роль в его формировании и создании конкурентных преимуществ с другими государствами.

В то же время протяженность территории Российской Федерации имеет преимущество в регулярном и системном привлечении туристов в рамках туристических ком-

плексов, охватывающих различные регионы по историческому, культурному или потребительскому концептам.

Однако, несмотря на вышеперечисленные положительные стороны, туристская привлекательность стран по-прежнему находится на низком уровне. Если доля России в привлечении туристов азиатских и европейских стран стабильно возрастает на 10–15 % ежегодно, а внутри страны граждане стали путешествовать на 37 % чаще, то относительно Республики Беларусь данные показатели осложнены ослаблением внутреннего ресурса туристической активности [3, с. 189]. Так, въездной и внутренний туризм до сих пор не получил должного развития. В частности, по данным Государственного пограничного комитета Республики Беларусь, в 2017 г. число поездок иностранных граждан в Республику Беларусь (без учета граждан, пересекавших российско-белорусский участок границы, а также прибывших и выехавших на постоянное место жительства) составило 4327,8 тысячи и по сравнению с 2016 г. увеличилось на 146,5 тысяч. Среди них из стран СНГ с целью туризма прибыло в республику 97801 человек, что на 3695 больше, чем в 2016 г. Лидирующие позиции среди стран Содружества по организованным туристам сохранились за Россией – 94,2 тыс. человек и Украиной – 2,1 тыс. человек. Среди стран дальнего зарубежья лидерами по числу посещений республики являлись: Польша (11963), Литва (9271 чел.), Латвия (4471) [2, с. 5].

Обладая рядом очевидных преимуществ, туристический бизнес в Республике Беларусь не всегда получает должное внимание в отдельных регионах. Данный факт может быть связан как с проблемами на уровне управленческого аппарата в виде недостаточного понимания возможностей отрасли, так и в разрезе объективных и субъективных проблем, находящихся в основе локальной системы коммуникаций. Своевременная коррекция возникающих проблем может быть реализована посредством инструментов гражданского контроля, в рамках которого могут проявлять активность общественные организации, социальные институты и рядовые граждане. Актуальность рассмотрения активности граждан заключается в их погружении в туристическую среду, что позволяет производить более комплексный анализ сложившейся ситуации.

С целью анализа оценки качества туристической отрасли и форм активности граждан в коррекции выявляемых недостатков в апреле–июне 2018 г. был проведен контент-анализ российских и белорусских систем отзывов о качестве гостиничных услуг (193 отзыва с оценкой ниже трех баллов из пяти или ниже пяти по десятибалльной шкале, опубликованные не ранее апреля 2016 г.).

Заслуживает внимания тот факт, что среди представленных отзывов 32,1 % информации содержали рекомендации по повышению качества обслуживания, что говорит о стремлении населения скорректировать выявленные недостатки. 18,4 % включали оскорбительные речевые обороты или бранную, нецензурную лексику, защищенную от автоматической модерации специальными символами или эмотивными элементами. Использование подобных языковых средств чаще всего относилось к субъективным проблемам сервиса: недоброжелательное отношение персонала, отсутствие обратной связи или недостаточно четко оговоренные условия заселения. Проблемы, связанные с работой автоматической системы бронирования, а также соответствия позиционируемых на фотографиях номеров фактическому их состоянию отмечались в 13,7 % случаев и характеризовались достаточно умеренным эмоциональным компонентом.

Таким образом, основными сдерживающими факторами увеличения масштабов пользования услугами мест для отдыха являются следующие проблемы.

1. Неоднородность качества и уровня оказываемых услуг. Цены за предлагаемые туристические услуги, как правило, в большей степени ориентированы на показатели приобретаемых франшиз и среднего сегмента по отрасли в целом, нежели на покупательную способность и текущий потенциал региона.

2. Информирование о достопримечательностях городов происходит достаточно разрозненно. Информация обновляется в среднем раз в 3–4 года, что приводит к значительному устареванию данных. С одной стороны, наблюдается диспропорция в рекламе крупных уже известных туристических мест и новых маршрутов. С другой – проявляется необходимость в создании автоматизированных маршрутных карт, создание которых должно быть доступно для рядового туриста согласно его предпочтениям.

3. Качество развития туристической инфраструктуры, в том числе системы информационной поддержки туриста, планирования туристических маршрутов и застройки городов, негативно влияющее на формирование привлекательности регионов. Согласно данным исследовательских центров, коэффициент износа отечественной гостиничной базы составляет 68,5 %. А количество гостиниц, удовлетворяющих мировым стандартам, составляет 23 % [1]. Стоит отметить также нехватку объектов индустрии развлечений, особенно крупных (аквапарки, развлекательные комплексы, аттракционы и т. д.). Удручающим остается положение с дорогами и дефицитом доступных комфортабельных транспортных средств.

4. Предложение сопутствующей продукции также развито неравномерно в региональном представлении. Согласно отзывам, практически повсеместно наблюдается однотипная сувенирная продукция китайского производства, торговля которой развита слабо или вообще отсутствует. Также присутствуют проблемы снабжения необходимыми бытовыми средствами – отдыхающему порой приходится самому искать необходимые товары для отдыха или заранее привозить их с собой.

5. Недостаточное внимание к проработке туристических пакетов делает отечественную сферу путешествий и отдыха менее привлекательной. Официальная статистика касательно туристических услуг показывает, что около 20 % граждан, выбирая отдых за рубежом, отдают предпочтение турам с экскурсионным пакетом. Еще приблизительно 15 % прибегают к услугам, которые предоставляются отелями и гостиницами [1]. Отечественные же места отдыха пока не могут удовлетворить данные потребности. Работа в данном направлении несет потенциал увеличения доли легальных экскурсионных бюро, обеспечивающих необходимую организацию с соответствующим уровнем безопасности.

Следовательно, активная позиция граждан в сфере оценки и контроля качества туристической отрасли имеет в себе значительный потенциал. По результатам анализа официальной статистики и авторского исследования рефлексии туристов можно определить ряд перспективных направлений, которые могут использовать предприниматели и государственные деятели в качестве возможных аспектов совершенствования сложившейся ситуации.

1. Перспектива туризма связана с освоением новых мест с большим потенциалом [3].
2. Увеличение внутреннего туризма возможно путем увеличения туристической мобильности граждан со средним уровнем дохода, молодежи и лиц пожилого возраста.
3. Продвижение детско-юношеского туризма в рамках спортивного, оздоровительного, походного туризма позволяет прививать туристическую культуру населению.
4. Рост спроса на бюджетные путешествия «выходного дня» должен стимулировать создание соответствующих объектов, ориентированных на возможное разделение детского и взрослого отдыха приезжающих.
5. Популяризация экологического туризма актуализируется в связи с увеличением плотности заселения городов и морально-психологической перегруженностью средне-статистического городского жителя.
6. Создание комбинированных туров по малым городам России и Республики Беларусь содержит в себе популяризацию мобильного образа жизни.

7. Достаточно мало проработанным, но перспективным остается направление сочетания активного отдыха, связанного с региональным перемещением, и обеспечения лечения граждан.

Таким образом, формирование привлекательности отдыха в Союзном государстве сопряжено с необходимостью ликвидации базовых проблем туристической отрасли, а также с ограничением влияния сдерживающих факторов на развитие туристской индустрии. Данные действия приведут к экономической, социальной и экологической устойчивости регионального развития, что повысит значимость туристской отрасли как одной из важнейших отраслей развития страны.

#### ЛИТЕРАТУРА

1. Качурина, М. М. Развитие внутреннего туризма: импортозамещение / М. М. Качурина, Н. Ю. Губанова // Гуманитар., социал.-экон. и обществ. науки. – 2015. – № 11-2. – Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/razvitie-vnutrennego-turizma-v-rossii-importozameshenie>. – Дата доступа: 05.12.2018.
2. О развитии туризма, деятельности туристических организаций, коллективных средств размещения Республики Беларусь за 2017 год : стат. бюл. – Минск : Нац. стат. ком. Респ. Беларусь, 2018. – 36 с.
3. Шарухо, И. Н. Туристический потенциал культурно-географических районов Беларуси / И. Н. Шарухо // Теория и практика устойчивого развития: географическое обеспечение : материалы Междунар. науч.-практ. конф. ; под ред. И. Н. Шарухо. – Могилев : МГУ им. А. А. Кулешова, 2008. – С. 188–193.