

УДК 304.3

*С.Н. Лихачева (Могилев, Беларусь)*

## **РАЗВИТИЕ ТУРИСТИЧЕСКИХ УСЛУГ В РЕГИОНЕ**

**Введение.** В сфере оказания услуг туристическая деятельность занимает особое место, поскольку, с одной стороны, она в наибольшей степени способствует развитию внутреннего мира человека, расширению его кругозора, получению

новых знаний и опыта, организации полезного досуга, с другой стороны, данная сфера способствует проявлению этнокультурной самобытности региона. В современном мире туризм становится одной из ведущих отраслей национального и мирового хозяйства, составляющей весомую долю ВВП. Современные реалии белорусского общества требуют развития не только выездного, но и въездного туризма, и увеличения доли въездного туризма как задачи дальнейшего развития. Туризм также способствует привлечению внимания не только к центру, крупным городам, но и к периферии, небольшим населенным пунктам. Он представляет собой один из факторов роста региональной экономики, обеспечивает трудовую занятость местного населения, возрождает историческое и культурное наследие, способствует межкультурным коммуникациям региона.

В сентябре – октябре 2013 г. УСП «Могилевский институт региональных социально-политических исследований» было проведено социологическое исследование на тему: «Социально-экономические аспекты состояния туристической отрасли в Могилевской области и перспективы ее развития». В состав выборочной совокупности было включено 700 жителей, 97 туристов и гостей Могилевской области. Также методом стандартизированного интервью изучено мнение 33 представителей туристических фирм и 19 – агрокооперативов области. Исследование проводилось в крупных городах (Могилеве и Бобруйске), районных центрах и сельской местности Быховского, Горецкого, Кировского и Мстиславского районов. Отбор респондентов производился по квотно-пропорциональной выборке.

**Основная часть.** Могилевская область – восточный регион Беларуси с богатым природным и культурно-историческим потенциалом. Живописные природные ландшафты, большое количество памятников архитектуры, наличие спортивных, рекреационных и образовательных ресурсов открывают широкие возможности для развития туризма в регионе.

Социологический анализ общественного мнения жителей Могилевской области позволил выявить частоту турпоездок. В ходе исследования было предложено ответить на вопросы: «Как часто Вы совершаете туристические поездки?» и «Как часто Вы хотели бы совершать туристические поездки?» Полученные на них ответы представлены в таблице (таблица 1).

Таблица 1

**Распределение ответов респондентов на вопросы относительно реальной и желаемой частоты туристических поездок, %**

Варианты ответов	Реальная частота турпоездок	Желаемая частота турпоездок
один и более раз в месяц	3,0	12,4
один и более раз в полугодие	10,6	31,0
один раз в год	36,1	41,9
один раз в 2–3 года	15,3	4,1
один раз в 4–5 лет	4,7	0,3
один раз в 5–10 лет	6,7	0,6
вообще не путешествую / вообще не хочу	23,6	9,7

Между желаемой и реальной частотой турпоездки существуют значительные различия. При этом среди основных причин того, что жители Могилевской области не могут совершать поездки так часто, как желают можно выделить следующие: нет необходимого количества денежных средств – 63,9%; отсутствие свободного времени – 36,7%; волокита при оформлении документов (визы и пр.) – 6,4%; ограничения по здоровью – 6,4%; ничто не мешает – 5,7%; необходимость ведения домашнего хозяйства – 4,9%; нет компании – 3,3%; низкий уровень безопасности – 2,0%. Список причин довольно разнообразен, однако из приведенного перечня следует то, что почти две трети респондентов не могут путешествовать так часто, как хотелось бы из-за недостаточных доходов.

Туризм для многих ассоциируется в первую очередь с путешествиями в другие страны, в настоящее время они общедоступны и могут осуществляться как через посредников – турагентств, так и самостоятельно, что также легко реализовать с помощью Интернет. Однако другая сторона этого явления – турпоходы, отдых на природе, экскурсии по интересным местам своей страны также продолжает сохранять немало сторонников. Тем более и здесь появились и активно развиваются новые формы: эко- и агротуризм. С тем, чтобы выявить предпочтения жителей Могилевской области относительно внутреннего или выездного туризма в ходе социологического исследования им задавался вопрос: «Где Вы предпочитаете отдыхать и путешествовать?» Из полученных данных следует, что четверть опрошенных (25,3%) предпочитают совершать туристические поездки по Беларуси, половина (50,7%) предпочитают выезды за рубеж. Таковы результаты в целом по всему массиву опрошенных, однако, определенный интерес представляет собой распределение ответов на данный вопрос по половозрастному признаку (таблица 2).

Таблица 2

**Распределение ответов респондентов на вопрос: «Где Вы предпочитаете отдыхать и путешествовать?» с учетом половозрастных характеристик, %**

Варианты ответов	Мужчины	Женщины	Молодежь	Средний возраст	Старший возраст
в своей стране	29,2	21,7	8,5	10,4	6,2
за рубежом	47,0	54,1	26,8	17,7	8,5
затрудняюсь ответить	0,3	0,5	0,2	–	0,1

Представленные в таблице данные свидетельствуют об отсутствии различий в предпочтениях представителей различных возрастных категорий относительно места отдыха: и молодежь, и люди среднего и старшего возрастов хотели бы отдыхать за пределами страны. Причем молодежь стремится совершать зарубежные турпоездки почти в 3 раза чаще, по сравнению со старшим поколением; и в 3 раза чаще, чем по Беларуси. Кроме того, различий не наблюдается и с позиции гендерного признака: и мужчины, и женщины отдают предпочтение путешествиям за рубежом перед турпоездками по стране.

Современная индустрия туристических услуг радует своим разнообразием: потребителям предлагаются туры и варианты отдыха с учетом разных материальных возможностей, интересов, сроков, индивидуальных запросов и т.д. Важным

аспектом анализа является определение целей, преследуемых во время совершения туристических поездок, и соответственно предпочитаемых видов туризма. Среди жителей Могилевщины 64,1% предпочитают туры, дающие возможность полноценного отдыха; 31,4% выбирают развлекательный туризм; 28,0% предпочитают приходится на культурно-познавательный туризм. В этой связи возникает вопрос, почему значительная часть потенциальных туристов не совершает поездок по нашей области. Эти участники социологического опроса высказались следующим образом: мало информации об интересных местах – 18,7%; недостаточно условий для отдыха – 14,1%; нет предложений от турфирм – 12,1%; плохая работа транспорта – 10,7%; не знают, куда можно съездить – 10,1%; не интересно – 7,6%; дорого – 6,7%; нет компании – 3,4%; все видел(-а) – 2,9%. Таким образом, недостаточная информационно-рекламная деятельность туристических организаций и скромный сервис в существенной мере сдерживают желание отдыхающих путешествовать и совершать турпоездки по территории области.

Что необходимо сделать для того, чтобы население чаще предпочитало отдыхать в нашем регионе? На соответствующий вопрос участники исследования высказали следующие суждения: приемлемая стоимость поездки – 43,0%; доступность информации о туристических объектах – 29,3%; организованные туры – 28,4%; развитый комплекс туристических объектов – 23,4%; обеспечивать качественное обслуживание туристов – 19,0%. Эти рекомендации жителей Могилевской области не новы, но распределение мнений дает повод утверждать о необходимости наличия четкой системы в работе туристических организаций, кардинального улучшения сервиса для отдыхающих и туристов. Могилевская область имеет значительное число уникальных природных и исторических мест, куда можно привлекать туристическую общественность. Но только 30,3% населения считает, что природное и историко-культурное богатство Могилевщины для привлечения туристов используется в достаточной мере.

Одним из наиболее перспективных направлений развития туризма для Могилевщины является агроэкотуризм. В странах Западной Европы этот вид отдыха практикуется достаточно давно, приносит организаторам и государству существенный доход. Для нашего региона это относительно новый вид услуг и, как показывает опыт других стран, он может стать приоритетной формой организованного отдыха. В исследовании ставилась задача выяснить, степень осведомленности жителей области о возможностях использования агроэкотуризма для полноценного и интересного отдыха. На вопрос: «Знаете ли Вы об агроэкотуризме в Могилевской области?» ответы распределились следующим образом: ничего не знаю – 34,6%; кое-что слышал(-а) – 54,9%; отдыхал(-а) в агроусадьбе – 10,6%. Следует констатировать, что популярным этот вид туризма у наших сограждан еще не стал. В тоже время большинство (62,1%) указало на необходимость расширять сеть агроусадоб в нашей области.

В ходе социологического исследования специалистам, работающим в сфере туристических услуг, было предложено указать, какие факторы являются преимуществами Могилевской области в борьбе за туристические рынки (рисунок).

история края	57,6
культура народа	30,3
красота мест	30,3
географическое положение	21,2
качество обслуживания	18,2
низкие цены	15,2
природно-климатические условия	15,2
туристическая инфраструктура	12,1
активность руководства области	12,1

**Распределение ответов специалистов на вопрос:  
«Как Вы думаете, что является сильными сторонами Могилевской области  
в борьбе за туристов?», %**

Большинство опрошенных в качестве факторов привлечения потребителей туристических услуг назвало самобытность Могилевщины, красоту ее мест. К сожалению, специалисты невысоко оценивают уровень развития инфраструктуры и активность местной администрации как преимущества в борьбе Могилевского региона за рынок туристических услуг.

**Вывод.** Подводя итог обзору общественного мнения по поводу удовлетворенности состоянием туристической отрасли еще раз отметим, что современный туризм является одной из высокодоходных и динамично развивающихся отраслей экономики во многих странах мира. Для Республики Беларусь он не только источник пополнения бюджета, но и явление социокультурного характера, способствующее культурному, духовному развитию личности. При этом особенно значима роль туризма для укрепления здоровья людей и становления здорового образа жизни. Эта сфера может стать одной из ведущих отраслей, оказывающих влияние на эффективное социально-экономическое развитие страны и отдельных регионов. Беларусь и Могилевская область обладают уникальными объектами природного, культурного и исторического содержания, потенциал которого, как показывает социологический анализ, пока используется недостаточно. Имеется необходимость усиления информационной и рекламной деятельности, как на местном уровне, так и в национальных, международных СМИ, Интернете. У Могилевщины отсутствует туристический бренд, который будет восприниматься ее своеобразным символом. Наша область не имеет таких знаковых объектов, как, например, Беловежская пуца в Брестской области или Браславские озера в Витебской. Поэтому наряду с развитием туристической инфраструктуры есть необходимость в разработке концептуальных вопросов туристической сферы области.