

ТУРИСТИЧЕСКИЙ КОМПЛЕКС РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ: СОВРЕМЕННЫЕ ПРОБЛЕМЫ И НОВЫЙ МЕХАНИЗМ РАЗВИТИЯ

А.И. Тарасенок*

В статье анализируется развитие туризма в Республике Беларусь, выявляются проблемы функционирования туристического комплекса. Существующие механизмы не способны решить эти проблемы и повысить его конкурентный потенциал. Обосновывается геоэкономический механизм обеспечения конкурентоспособности Беларуси как дестинации. Он основан на методологии геоэкономики туризма и может быть реализован на принципах «толчка» и самоорганизации туристического комплекса. Показана эффективность его применения на практике.

Ключевые слова: туристический комплекс, туризм в Беларуси, геоэкономический механизм, конкурентоспособность.

JEL-классификация: L83, L88, H76.

Материал поступил 29.10.2015 г.

Развитие туризма в Беларуси в последние годы было подвержено влиянию ряда неординарных факторов, среди которых выделяются проведенный в республике Чемпионат мира по хоккею, экономический кризис в России и девальвация российского рубля, воссоединение Крыма Российской Федерацией, стагнация белорусской экономики и девальвация белорусского рубля. Туристический комплекс весьма чувствителен к данным процессам, и это должно учитываться национальной туристической политикой. Однако ее подходы устарели или не развиты, что не позволяет не только реагировать на вызовы последних лет, но и решать хронические проблемы управления туризмом, формирования туристической индустрии, ведения бизнеса в сфере гостеприимства, продвижения национального турпродукта. Направления и параметры развития туризма определяются Государственной программой развития туризма в Республике Беларусь на 2011–2015 гг. (Госпрограмма 2011–2015). Достижение поставленных ею целей весьма затруднено вследствие действия негативных факторов, связанных с последствиями кризисных яв-

лений в экономике республики, соседних стран и мира в целом. В таких условиях на повестке дня стоит проблема повышения конкурентоспособности Беларуси на рынке туризма. Поэтому требуется поиск и создание новых механизмов развития туристического комплекса, соответствующих экономическим реалиям сегодняшнего дня.

Целью статьи является обоснование нового механизма развития туристического комплекса республики, позволяющего эффективно решить основные проблемы его развития и опирающегося на современную методологию наук о туризме.

Анализ развития туристического комплекса Беларуси

Современное состояние развития туризма в Беларуси

В 2014 г. наблюдался «перелом» нескольких ключевых показателей белорусской статистики туризма (число гостиниц и аналогичных средств размещения, их загрузка, географическая структура выездного туристского потока). Инвестиционные ожидания в сфере гостиничного бизнеса,

* Тарасенок Александр Иванович (alex_tarasенок@mail.ru), кандидат географических наук, доцент, докторант кафедры управления туризмом Белорусского государственного экономического университета (г. Минск, Беларусь).

связанные с ростом туристского потока в связи Чемпионатом мира по хоккею 2014 г., не оправдались: количество гостиниц по сравнению с 2013 г. выросло на полсотни, или на 10%, а число размещенных гостей уменьшилось на 66 тыс., или на 3,7%, что привело к снижению загрузки гостиниц до исторического минимума в 34% (ранее сектор стабильно «держал» выше или около 40%). На рынке организованного выездного туризма упал спрос на отдых в Украине и России: в страны СНГ турфирмы отправили 79,9 тыс. туристов, что меньше по сравнению с 2013 г. на 63%. В страны вне СНГ поток увеличился на 33% и достиг 660,7 тыс. В целом организованный выездной туризм вырос в 2014 г. на 4,5% до 740,5 тыс. Число турфирм за год увеличилось на 15,6% до 1254, а субъектов агроэкотуризма – на 8,3% до 2037. При этом на внутренних маршрутах рынок потерял 20 тыс. потребителей и составил всего лишь 56 тыс. обслуженных. Экспорт по статье «поездки» возрос по сравнению с 2013 г. с 791,4 до 867,6 млн долл. США, а импорт – незначительно, на 5 млн долл., но намного превышает экспорт, формируя отрицательное сальдо в 1158,7 млн долл.

Абсолютные масштабы туристической индустрии отражает статистика о количестве *организаций туризма и средств размещения* (табл. 1). Их число в период 2000–2014 гг. в целом значительно выросло. Количество турфирм (организаций, осуще-

ствляющих туристическую деятельность) за это время утроилось и составило 1254 субъекта, а общее количество коллективных средств размещения (гостиниц, санаториев, домов отдыха, туристических баз и др.) возросло в 1,7 раза.

Динамика числа отдельных видов предприятий туристической индустрии за последнее десятилетие (2005–2014 гг.) представлена на рис. 1. Среди турфирм наиболее высокие темпы роста показал сектор турагентов, который прирос за 10 лет на 458%, в то время как прирост туроператоров составил 132% по сравнению с 2005 г. Динамика внутри периода была неравномерной, показав в 2010 и 2011 гг. относительно низкий прирост турфирм в 8,8 и 1,0% соответственно, а сектор универсальных турфирм (занимающихся туроператорской и турагентской деятельностью) в 2011 г. сократился на 6,4%, что стало реакцией на экономический кризис 2008–2009 гг. С 2012 г. сектор снова начал динамично прирастать на 13–20% в год за счет быстрого увеличения количества турагентов с ежегодными темпами прироста в 20–40%. Надо отметить, что динамика роста числа турагентов на всем протяжении периода была высокой, однако в 2010 и 2011 гг. она обеспечивалась не приходом новых игроков на рынок, а отказом ряда фирм от занятий туроператорской деятельностью и сохранением только турагентской лицензии. Это стало реакцией на кризисные явления в эконо-

Таблица 1

Организации, осуществляющие туристическую деятельность, и коллективные средства размещения, ед.

Предприятия туристической индустрии	2000 г.	2005 г.	2008 г.	2009 г.	2010 г.	2011 г.	2012 г.	2013 г.	2014 г.
Организации, осуществляющие туристическую деятельность, всего	415	402	577	720	783	791	958	1085	1254
В том числе занимающиеся:									
туроператорской деятельностью	...	69	68	82	97	100	130	142	160
турагентской деятельностью	...	93	104	145	188	225	273	387	519
туроператорской и турагентской деятельностью	...	240	405	493	498	466	555	556	575
Коллективные средства размещения, всего	574	600	627	655	693	865	919	945	996
В том числе:									
гостиницы и аналогичные средства размещения	256	279	312	331	359	444	471	481	530
санаторно-курортные и оздоровительные организации	318	321	315	324	334	421	448	464	466

Источник. Статистический ежегодник Республики Беларусь 2015. Минск: Национальный статистический комитет Республики Беларусь, 2015.

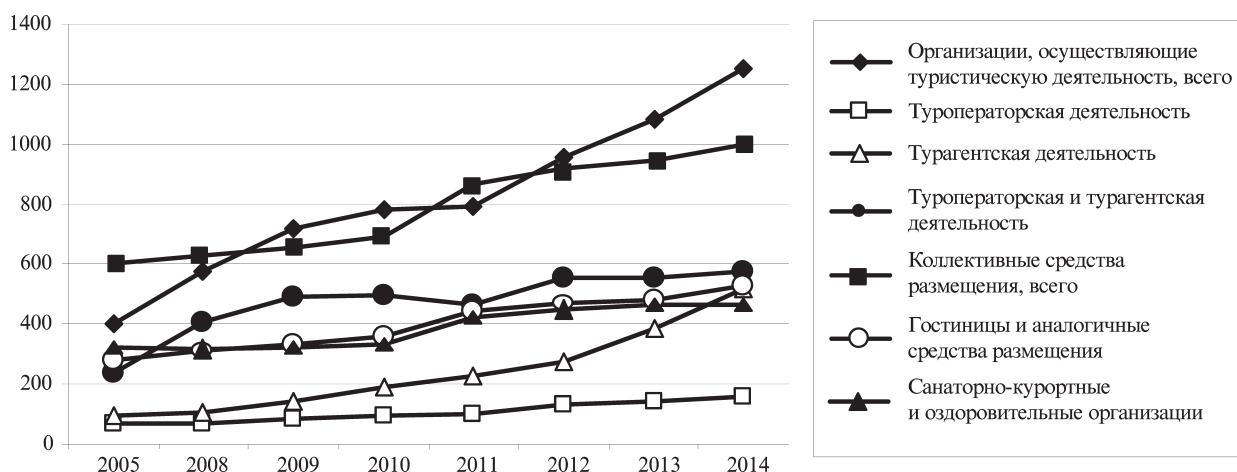


Рис. 1. Динамика количества предприятий туристической индустрии

Источник. Построено по данным Национального статистического комитета Республики Беларусь.

мике в эти годы. Оживлению рынка способствовала отмена в 2011 г. лицензирования туристической деятельности, что облегчило вход на рынок новым предприятиям в последующие годы.

За десятилетие изменилась структура туристической отрасли, углубилась ее специализация. Если в 2005 г. доля универсальных турфирм составляла 60%, а в 2008 г. – более 70%, то в 2014 г. – около 46%. При этом доля чистых турагентов выросла с 23% в 2005 г. до 41% в 2014 г.

Развитие сектора средств размещения в последнее десятилетие шло поступательно, что обеспечило увеличение числа гостиничных предприятий почти вдвое, а санаторно-курортных и оздоровительных – почти наполовину (см. рис. 1). При этом годовые темпы прироста были максималь-

ными в 2011 г. – около 25%. Отдельно выделим 2014 г., когда открылись новые гостиницы накануне Чемпионата мира по хоккею и прирост гостиничных предприятий составил более 10%. Несколько изменилась структура средств размещения по двум секторам: в 2005 г. гостиницы и аналогичные средства размещения составляли менее половины – 47%, а к 2014 г. до тех же 47% сократилась доля санаторно-курортных и оздоровительных организаций.

Организованный туризм в Республике Беларусь (табл. 2) характеризуется следующими тенденциями. Въездной поток иностранных туристов, обслуживаемый турфирмами, в 2000–2014 гг. увеличился более чем в два раза. При этом рост был обеспечен за счет почти десятикратного увеличения туристов из стран СНГ, и

Организованный туризм в Республике Беларусь, тыс. чел.

Таблица 2

Показатель	2000 г.	2005 г.	2008 г.	2009 г.	2010 г.	2011 г.	2012 г.	2013 г.	2014 г.
Численность иностранных туристов, всего	60,2	90,8	91,6	95,5	120,1	116,0	118,7	136,8	137,4
В том числе:									
из стран СНГ	12,1	28,8	52,9	59,9	83,5	86,1	96,0	114,2	115,6
из стран вне СНГ	48,1	62,0	38,7	35,6	36,6	29,9	22,7	22,6	21,8
Численность туристов, выехавших за рубеж, всего	1289,0	572,4	380,4	316,3	414,7	319,8	492,8	708,4	740,5
В том числе:									
в страны СНГ	107,5	304,4	167,4	118,5	158,2	101,8	157,0	213,3	79,8
в страны вне СНГ	1181,5	268,0	213,0	197,8	256,5	218,0	335,8	495,1	660,7
Численность туристов, отправленных по маршрутам тура в пределах Беларуси	...	49,6	58,7	51,0	79,0	76,7	61,0	76,2	56,2

Источник. Статистический ежегодник Республики Беларусь 2015. Минск: Национальный статистический комитет Республики Беларусь, 2015.

прежде всего из России. Организованный туризм из стран вне СНГ сократился за тот же период более чем в два раза. Выездной организованный туризм также уменьшился почти наполовину – с 1,29 млн туристов до 741 тыс. Спад произошел за счет двукратного сокращения потоков в страны вне СНГ. Главным фактором изменения объемов и географической структуры выездного туризма за последние 15 лет стало вхождение Польши, Литвы и Латвии в ЕС, повлекшее усложнение процесса пересечения границ. Поэтому в последнее десятилетие изменение объемов и структуры туристских потоков было обусловлено ценовым фактором – общий тренд роста доходов населения Беларуси сочетался с трендом стабилизации цен на турпродукты стран дальнего зарубежья и даже снижения в периоды кризиса, при том что качество обслуживания на зарубежных курортах в целом повышалось. В итоге выездной туристский поток в страны вне СНГ в период с 2005 г. почти утроился, в то время как в страны СНГ, где доминировала Украина, неуклонно сокращался, достигнув в 2014 г. всего лишь 80 тыс. Самый большой спад произошел в 2014 г. после воссоединения Крыма с Россией.

Внутренний организованный туризм практически не развивался в последние 10 лет и оставался на уровне 50–80 тыс., что несопоставимо с объемами организованного международного туризма.

Организованный туризм является лишь малой частью туристского движения. Об объемах *неорганизованного туризма* свидетельствует статистика Государственного погранично-

го комитета Республики Беларусь (Погранкомитет), которая представлена в табл. 3.

В целом выездной туристский поток в период 2005–2013 гг. ежегодно превышал въездной туризм примерно на 2 млн поездок. Оба направления туризма за этот период имели практически одинаковый подъем и выросли более чем на 30%. Изменилась структура въездного туризма: если в 2005 г. потоки туристов из стран вне СНГ и из СНГ были практически одинаковыми, то в 2013 г. из стран вне СНГ они составляли около 1/3 от общего объема потока. В этот же период в изменении структуры выездного туристского потока отмечались колебания, однако существенных изменений в итоге не произошло: как и в 2005 г., в период 2011–2013 гг. доминировал выезд в страны вне СНГ, составляя более 60% всех поездок граждан Республики Беларусь (рис. 2).

Анализируя статистику международного туризма в республике, формируемую по

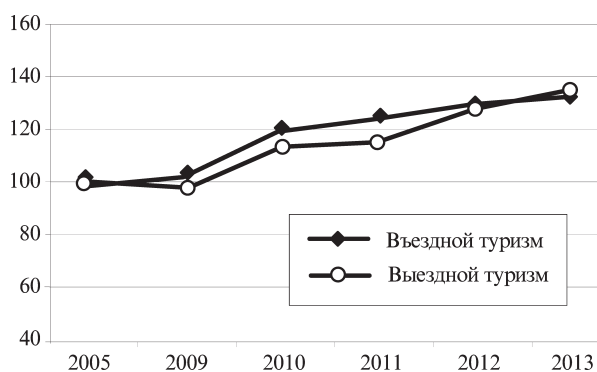


Рис. 2. Динамика международного туризма, % к 2005 г.

Источник. Построено по данным табл. 3.

Въездной и выездной туризм, по данным Погранкомитета*, тыс. чел.

Таблица 3

Направление туризма	2005 г.	2009 г.	2010 г.	2011 г.	2012 г.	2013 г.
Въездной туризм, всего	4737,8	4871,8	5673,8	5877,2	6127,5	6240,4
В том числе:						
из стран СНГ	2490,4	2887,7	3153,9	3627,3	3881,9	4100,2
из стран вне СНГ	2247,4	1984,1	2519,9	2249,9	2245,6	2140,2
Выездной туризм, всего	6596,3	6439,8	7464,2	7541,6	8426,7	8840,8
В том числе:						
в страны СНГ	2262,4	3422,9	3570,8	2840,3	3281,3	3441,9
в страны вне СНГ	4333,9	3016,9	3893,4	4701,3	5145,4	5398,9

* С 2014 г. на границе не ведется учет по цели поездки.

Источник. Статистический ежегодник Республики Беларусь 2014. Минск: Национальный статистический комитет Республики Беларусь, 2014.

результатам наблюдений Погранкомитета, необходимо отметить важный момент: эта статистика не учитывает поездки, связанные с пересечением границы Беларуси с Россией, так как на ней не осуществляется пограничный контроль. Мы имеем представление о масштабах и основных тенденциях въездного и выездного туризма, но нет полной информации об объемах туристских миграций. В итоге из-за необъективности итоговой информации с 2014 г. пограничная служба отказалась вести учет посетителей по целям поездок.

Масштабы туристского движения иллюстрирует статистика о постояльцах в средствах размещения (табл. 4). Число гостей в средствах размещения на протяжении последних пяти лет изменялось незначительно и в 2014 г. составило почти 2,6 млн. В структуре размещенных лиц преобладают граждане Республики Беларусь, составляя 60%. Среди размещенных в санаторно-курортных и оздоровительных организациях граждане Беларуси составляют 70%, а среди постояльцев гостиниц – 57%. Отметим, что гости из стран вне СНГ занимают совершенно незначительную долю – около 7,5%.

В целом анализ туристских потоков позволяет сделать три важных вывода. Во-первых, организованный туризм составляет лишь малую часть всего международного туристского движения, в которое вовлечена Беларусь. Во-вторых, *в развитии ту-*

ристских потоков наблюдается тенденция ухода Беларуси как дестинации с рынка стран ЕС. В-третьих, отмечается усиление ориентации белорусской туристической индустрии на рынок стран СНГ, где доминирует российский потребитель.

Из 530 гостиниц и аналогичных средств размещения только 54, или 10% от общего количества, сертифицированы, при этом цена размещения в них по сравнению со странами-соседями гораздо выше (Литва, Латвия, Польша и др.). Анализ использования потенциала гостиниц и аналогичных средств размещения за последние 10 лет (табл. 5) свидетельствует об увеличении их пропускной способности – с 2005 г. вместимость гостиничного фонда увеличилась на 50%. При этом загрузка гостиниц вплоть до 2014 г. была в пределах 40–50%. В 2014 г. данный показатель уменьшился до 34%. Очевидно, что при такой норме загрузки сфера гостиничного хозяйства становится непривлекательной для инвесторов, в связи с чем не стоит ожидать развития средств размещения без каких-либо стимулирующих мер. Вместе с тем отечественный рынок потребителей и рынок потребителей из СНГ освоены в значительной степени, так как отсутствует барьерная функция границ для туристских миграций внутри Содружества. Однако малая доля среди постояльцев гостей из стран вне СНГ говорит о большом потенциале рынка

Таблица 4

Количество гостей в средствах размещения, 2014 г., тыс. чел.

Вид средств размещения	Граждане Беларуси	Иностранные граждане	В том числе	
			СНГ	вне СНГ
Гостиницы и аналогичные средства размещения	997,9	741,5	559,9	181,6
Санаторно-курортные и оздоровительные организации	616,1	231,3	220,3	11,0
Всего	1614,0	972,8	780,2	192,6

Источник. Статистический ежегодник Республики Беларусь 2015. Минск: Национальный статистический комитет Республики Беларусь, 2015.

Таблица 5

Использование потенциала гостиниц и аналогичных средств размещения в Беларуси

Показатель	2000 г.	2005 г.	2008 г.	2009 г.	2010 г.	2011 г.	2012 г.	2013 г.	2014 г.
Вместимость, тыс. мест	26,2	23,5	24,4	25,7	26,7	29,0	28,5	29,9	35,4
Объем обслуживания, тыс. чел.	1447,2	1330,0	1546,0	1482,4	1631,8	1738,0	1824,4	1805,1	1739,4
Загрузка, %	42	45	52	46	45	41	43	41	34

Источник. Статистический ежегодник Республики Беларусь 2015. Минск: Национальный статистический комитет Республики Беларусь, 2015.

дальнего зарубежья. Главным сдерживающим фактором здесь являются визовые формальности, делающие непривлекательными путешествия в Беларусь из государств ЕС и других стран с высоким уровнем жизни.

Сравнение Беларуси по показателю обеспеченности средствами размещения с другими странами (табл. 6) свидетельствует о низком уровне развития туристической индустрии и, как показал предыдущий анализ, пока нет оснований для улучшения данного показателя. Положительная динамика ряда показателей, иллюстрирующих развитие туристического комплекса за последние 10 лет, свидетельствует об экстенсивности данного процесса развития и несоответствии его интенсивности потенциалу страны.

В последние годы наиболее быстро развивающимся субрынком туризма Беларуси стал **агротуризм**. Этому способствовала либерализация экономических отношений в данном секторе, которая основана на трех элементах: заявительный принцип вхождения в рынок, упрощенное (символическое) налогообложение и льготное кредитование. Как результат, количество субъектов агротуризма выросло с 34 в 2006 г. до 2037 в 2014 г. В целом рынок агротуризма в Беларуси сохраняет тенденцию положительной динамики (табл. 7). Однако темпы его роста за последние годы замедлились.

Показатель прироста количества субъектов агротуризма снизился с 86,5% в 2009 г. до 8,3% в 2014 г. (рис. 3). Такое явление объясняется молодостью этого рынка, когда на первых стадиях небольшое количество вновь зарегистрированных субъектов очень сильно влияет на общую динамику. Прирост числа обслуженных гостей упал со 117% в 2008 г. до 17,3% в 2014 г. Прирост доходов субъектов агротуризма, рассчитанный в долларах США (табл. 8), замедлился со 112% в 2008 г. до 23,4% в 2014 г. Главной причиной опережающего прироста доходности услуг агротуризма в 2013 г. стал внешний фактор данного рынка – макроэкономическая политика белорусского правительства, направленная на стимулирование внутреннего спроса, в сочетании с активной поддержкой курса национальной валюты (в 2013 г. доллар за год подорожал на 10%, реальные доходы населения выросли на 25%, а услуги, реализуемые населению, подорожали на 39%). Помимо общего тренда существенного замедления темпов роста рынка агротуризма, отмеча-

Таблица 6
Сравнение уровней развития средств размещения в Беларуси и других странах, койко-мест на 1000 жителей

Страна	2009 г.	2010 г.	2011 г.	2012 г.	2013 г.
Армения	7,85	9,25	9,74	10,23	10,68
Азербайджан	3,4	3,39	3,48	3,53	3,61
Беларусь	2,7	2,81	3,06	3,03	3,2
Германия	21,79	21,49	21,87	21,95	22,09
Грузия	4,26	4,8	5,91	7,58	7,41
Испания	37,88	38,59	39,42	39,33	39,95
Италия	37,71	38,01	37,94	37,8	37,09
Латвия	12,02	13,10	13,05	13,33	12,68
Литва	7,69	7,92	8,58	9,07	9,21
Молдова	1,31	1,43	1,54	1,61	1,67
Польша	5,82	6,39	6,72	7,09	7,37
Россия	3,39	3,69	3,98	4,32	4,74
Словакия	20,26	20,13	15,78	17,04	16,93
Украина	3,76	4,03	3,35	3,56	3,95
Франция	19,48	19,35	19,34	19,37	19,87
Чехия	24,86	24,25	24,68	29,99	29,71
Эстония	23,66	23,35	24,22	24,47	24,85

Источник. Compendium of Tourism Statistics: Data 2009–2013. Madrid: UNWTO, 2015.

Таблица 7
Показатели рынка агротуризма в Беларуси

Показатель	2006 г.	2007 г.	2010 г.	2011 г.	2012 г.	2013 г.	2014 г.
Число субъектов агротуризма	34	188	1247	1576	1775	1881	2037
Число обслуженных гостей	906	18 000	119 214	144 851	184 093	271 716	318 842
Выручка, млн руб.	47,7	1100	10 250	20 424	44 351	73 181	102 838

Источник. Составлено по данным Министерства по налогам и сборам Республики Беларусь.



Рис. 3. Динамика ежегодного прироста показателей рынка агроэкотуризма в Беларуси, %

Источник. Построено по данным табл. 7.

Пример либерализации одного из секторов туризма (агроэкотуризма) и последовавшей за этим динамики его развития весьма показателен и свидетельствует о приоритетности такого фактора развития туристического комплекса, как *благоприятная бизнес-среда*.

Выполнение Государственной программы развития туризма

В соответствии с прогнозными показателями *Государственной программы развития туризма в Республике Беларусь на 2011–2015 гг.* (Госпрограмма 2011–2015), планировалось, что к 2015 г. по сравнению с 2010 г. увеличатся:

- туристские прибытия (служебные, туристские и частные поездки) более чем в 1,6 раза;
- количество организованных туристов, посетивших Беларусь, более чем в 1,6 раза;
- экспорт туристических услуг (по методологии Белстата) в 3,5 раза;
- выручка от оказания туристических услуг субъектами туристической деятельности в 2 раза¹.

Уровень выполнения индикаторов, заложенных в Госпрограмме 2011–2015, по состоянию на начало 2015 г. (табл. 9) показывает, что экспорт туруслуг вырос по сравнению с 2010 г. в 1,8 раза, но достижение в 2015 г. роста в 3,5 раза нереально. Программный индикатор роста туристских прибытий был почти достигнут еще в 2013 г. Вместе с тем число организованных интуристов составило только 78,5% от ожидаемого показате-

¹ Государственная программа развития туризма в Республике Беларусь на 2011–2015 годы. Минск, 2011.

Таблица 8
Выручка субъектов агроэкотуризма в Беларуси

Год	Выручка, млн руб.	Средний обменный курс, руб./долл. США	Эквивалент выручки, тыс. долл. США
2006	48	2144	22,2
2007	1100	2146	512,6
2008	2315	2136	1083,8
2009	5261	2792	1884,3
2010	10 250	2978	3441,9
2011	20 424	4623	4417,9
2012	44 351	8335	5321,1
2013	73 181	8971	8157,5
2014	102 838	10 216	10 066,4

Источник. Рассчитано по данным Министерства по налогам и сборам Республики Беларусь и Национального банка Республики Беларусь.

ется еще одна тенденция: прирост выручки и количества обслуженных гостей превышает прирост количества субъектов агроэкотуризма, что свидетельствует о повышении доходности агротуристического бизнеса.

Таблица 9
Уровень выполнения индикаторов Госпрограммы развития туризма в Беларуси, 2014 г.

Показатель	Туристские прибытия, тыс. чел.*	Организованный туризм, тыс. чел.	Экспорт туруслуг, млн долл. США	Выручка от оказания туруслуг, млрд руб.
Факт, 2014 г.	6240,4	137,4	251,3	4768,7
Прогноз, 2014 г.	5400,0	175,0	360,0	1100,0
отклонение, %	115,6	78,5	69,8	433,5
Факт, 2010 г.	3995,1	120,1	138,1	616,6
динамика, %	156,2	114,4	182,0	773,4

* 2013 г., в 2014 г. учет посетителей Беларуси по целям поездок не осуществлялся.

Источник. Рассчитано по данным: Государственная программа развития туризма в Республике Беларусь на 2011–2015 годы. Минск, 2011; Национального статистического комитета Республики Беларусь.

ля. Выручка от оказания туруслуг за тот же период выросла почти в 8 раз в фактических ценах. Однако, если рассмотреть динамику данного показателя в сопоставимых ценах, то результат в целом соответствует индикатору, заложенному в программе – выручка прогнозировалась на уровне 1100 млрд руб., а по факту в сопоставимых ценах 2010 г. составила 1085,5 млрд руб. (табл. 10).

В целом показатели развития туризма характеризуются положительной динамикой, однако по важнейшему из них – экспорту туристических услуг – не удалось достичь уровня индикатора. Их объем в 2014 г. составил 251,3 млн долл. США при плане 360,0 млн долл. (2010 г. – 146,7 млн руб.). Отметим, что в 2013 г. экспорт туристических услуг составил 235,3 млн долл. при плане 250,0 млн долл., в 2012 г. – 205,8 млн долл. при плане 190,0 млн долл., в 2011 г. – 149,9 млн долл. при плане 175,0 млн долл. США. Причинами невыполнения показателей стали разобщенность среди субъектов туристической деятельности, отсутствие оперативного реагирования на происходящие изменения и полного финансирования Госпрограммы, снижение объема бюджетного финансирования маркетинговых мероприятий, а также отказ инвесторов от введения ряда объектов туристической индустрии.

В целом финансирование Госпрограммы 2011–2015 было неудовлетворительным. На период ее реализации постановлением Совета Министров Республики Беларусь от 24.03.2011 г. № 373 предусмотрено 15 415,2 млн руб. из средств республиканского бюджета. Фактически же было выделено только 11 709,1 млн руб. При этом на момент формирования Госпрограммы 2011–

2015 курс доллара составлял около 3000 руб., а в 2015 г. – более 15 000 руб.

Недостаточный рост экспорта туристических услуг также обусловил невыполнение Госпрограммы, что предопределено снижением спроса со стороны России, которая среди импортеров занимает более 70%. Следующие за Россией страны (Великобритания и Германия) с долей в 3,0–3,5% не оказывают определяющего влияния на общую ситуацию в экспорте.

Подпрограммы «Маркетинг туристических услуг» и «Кадровое, научное и учебно-методическое обеспечение в сфере туризма» Госпрограммы 2011–2015 по мероприятиям выполнены практически в полном объеме. Из запланированных подпрограммой «Развитие объектов туристической индустрии» 177 мероприятий реализовано 87 (49,2%). Вследствие недостаточного финансирования и отсутствия инвесторов на 26 объектах туристической индустрии работы вовсе не проводились.

Очевидно, что трудности экономического прогнозирования и дальнейшего выполнения планов во многом обусловлены устаревшим механизмом управления туристическим комплексом.

Трудности управления туристическим комплексом в Беларуси

Проблемы отраслевого и территориального управления туризмом и межотраслевой координации туристического комплекса (Тарасенок, 2009) сохраняются уже долгое время. В основном они сводятся к следующему.

Система управления туристическим комплексом Республики Беларусь характеризуется *периферийностью в общей систе-*

Таблица 10

Динамика выручки от оказания туруслуг в Беларуси в сопоставимых ценах к 2010 г.

Показатель	2010 г.	2011 г.	2012 г.	2013 г.	2014 г.
Выручка от оказания туруслуг, млрд руб., всего	616,6	822,7	2084,7	3421,5	4768,7
В том числе:					
реализация туров гражданам Беларуси, млрд руб.	541,3	675,5	1828,6	3086,9	4386,70
реализация туров иностранным гражданам, млрд руб.	75,3	147,2	256,1	334,6	382,0
Индекс цен, % к предыдущему году	-	260,8	110,3	121,2	126,0
Выручка в сопоставимых ценах к 2010 г., млрд руб.*	616,6	315,5	724,7	981,4	1085,5
Рост в сопоставимых ценах к 2010 г., %*	100,0	51,2	117,5	159,2	176,1

* Расчет на основе индекса цен на туристические услуги.

Источник. Рассчитано по данным Национального статистического комитета Республики Беларусь.

ме управления народным хозяйством страны, как в отраслевом разрезе, так и в территориальном. Обусловлено это тем, что в настоящее время функции управления туризмом возложены на Министерство спорта и туризма Республики Беларусь (Минспорт), при котором создан Департамент по туризму. Минспорт не является ключевым министерством в структуре государственного управления национальной экономикой, а в структуре внутренних функций Минспорта управление туризмом уступает более приоритетным функциям управления спортивным и физкультурным секторами социальной сферы. Тем не менее Минспорт и Департамент по туризму, являясь органами госуправления, проводят государственную политику в сфере туризма, осуществляют координацию деятельности в этой сфере других республиканских органов государственного управления. Минспорт разрабатывает государственные программы развития туризма. При Совете Министров Республики Беларусь создан межведомственный экспертно-координационный совет по туризму, усилия которого направлены на совершенствование взаимодействия государственных, общественных и частных структур по вопросам создания благоприятных условий для устойчивого развития туризма. Однако на практике управление туристическим комплексом через межведомственную структуру не позволяет сделать развитие туризма и туристического обслуживания одной из приоритетных целей некоторых ключевых министерств и ведомств, которые направляют свои усилия на решение внутриотраслевых задач. К ним относятся Министерство жилищно-коммунального хозяйства, в ведении которого находится большая часть гостиничного фонда; Министерство культуры, заботящееся об охране и реставрации культурно-исторических объектов; Министерство лесного хозяйства, предприятия которого обеспечивают обустройство и поддержание в надлежащем состоянии мест отдыха на природе, и другие министерства. В структуре их интересов туристские приоритеты далеко не первые, а потому задачи развития туристического комплекса решаются ими попутно или по остаточному принципу.

Функции, связанные с развитием туристической индустрии, для них вторичны.

Актуален и до настоящего времени не решен «земельный» вопрос туристско-рекреационных территорий (Пирожник и др., 2005). В условиях административно-командной системы управления земельными ресурсами и господства государственной собственности на землю усиливается роль статуса территорий, предназначенных для развития туризма, который является ресурсоемким сектором национальной экономики. Поэтому в Беларуси решение вопроса о статусе туристско-рекреационных территорий и земель является ключевым в обеспечении успешного функционирования туристического комплекса. Значение данного фактора еще больше усиливается слабо выраженной пространственной дифференциацией туристско-рекреационных ресурсов, которая препятствует созданию естественных узлов концентрации туристической индустрии и полюсов инвестиционной активности в сфере туризма, характерных для стран, обладающих морскими побережьями или горами. Создание специализированных туристско-рекреационных территорий может активизировать процессы концентрации, диверсификации и внедрения инноваций за счет высокого статуса рекреационной функции. В качестве специализированных природно-рекреационных территорий для оптимизации территориальной организации туризма и формирования пространственного базиса туристического хозяйства целесообразно создать ландшафтные (ландшафтно-туристические) парки. Однако опыт создания специального туристско-рекреационного парка «Августовский канал» с условиями СЭЗ показывает, что только одним статусом проблему решить нельзя. Здесь на первый план выдвигаются проблемы компетенций местных игроков туристического рынка и их кооперации, решение которых видится в обеспечении условий для накопления необходимых компетенций путем обучения и налаживания партнерства, продвижения совместных инициатив и создания туристических кластеров.

Таким образом, в Беларуси необходимо дальнейшее развитие системы управле-

ния туристическим комплексом за счет повышения ее статуса путем расширения полномочий Департамента по туризму в сфере влияния на предприятия туристической индустрии, производящие основные компоненты турпродукта (услуги размещения, питания, оздоровления, анимации и др.) и расположенные в местах его предложения. С другой стороны, следует совершенствовать механизмы взаимодействия с министерствами и ведомствами с целью снижения зависимости всего туристического комплекса от субъективных отраслевых интересов. Важно решить вопрос наделения Департамента по туризму компетентностью в сфере управления туристическими ресурсами и территориями (землями). Это сложный вопрос, но один из ключевых в условиях доминирования командно-административных методов управления.

Несмотря на объективную потребность в повышении управленческого статуса Департамента по туризму, в последние 5 лет органы государственного управления туризмом не только не приобрели новых полномочий, но и потеряли реальные действенные административные рычаги влияния на развитие туристического комплекса, которые были упразднены в результате уменьшения лицензионных видов экономической деятельности и сокращения госаппарата. Так, в 2011 г. было отменено лицензирование туристической деятельности (лицензии выдавал Минспорт), а в 2013 г. упразднены районные отделы физической культуры, спорта и туризма путем передачи их функций районным отделам образования, спорта и туризма. Все это на местном уровне отодвинуло интересы туризма на задний план.

Проблемы туристического комплекса Беларуси

Проведенный анализ развития туристического комплекса Беларуси позволяет выделить ряд проблем, требующих решения.

Во-первых, неконкурентоспособность Беларуси как дестинации на рынке туризма. Несмотря на позитивную динамику большинства показателей развития туризма (число турфирм и средств размещения,

туристские потоки и доходы от туризма), мы отстаем от стран-соседей (Польша, Литва, Латвия, а также Россия и Украина) по уровню развития туристической индустрии. Беларусь теряет свои позиции как дестинация на рынке туризма стран ЕС, о чем свидетельствует спад туристских потоков из этого региона. При этом повышается зависимость экспорта туристических услуг от российского рынка потребителей, туристский спрос которого в последние годы сокращается. Высокая зависимость от одного импортера турпродукта повышает риски ведения бизнеса в сфере гостеприимства, что не способствует привлечению в нее инвестиций.

Во-вторых, неэффективность системы управления секторами туристического комплекса, которая отличается консерватизмом и основана на административных методах управления, реализуемых через межведомственный координационный совет и направленных на директивное выполнение показателей Государственных программ развития туризма. Неэффективность обусловлена «периферийностью» системы управления туризмом в общей системе управления национальной экономикой; неприоритетностью функций развития туризма для профильных министерств и ведомств, отвечающих за отдельные секторы межотраслевого туристического комплекса; ликвидацией отдельных действенных рычагов прямого управления туризмом (отмена лицензирования туристической деятельности, упразднение районных отделов спорта и туризма); неопределенностью туристско-рекреационной функции в структуре землепользования и неразвитостью пространственного базиса туристической индустрии. Вместе с тем белорусский опыт либерализации сектора агроэкотуризма показывает, что экономические методы позитивной мотивации приводят к взрывному характеру процессов развития туристической индустрии. Правда, более широкого распространения в других секторах туризма они не получили.

В-третьих, в Республике Беларусь сохраняется отрицательный туристический баланс, а показатели экспорта туристических услуг и инвестирования в туристическую индустрию, заложенные в Госпрограм-

ме 2011–2015, значительно недо выполнены. При этом сохраняется противоречивость аналитико-статистического аппарата в сфере туризма, ставящего под сомнение объективность информации о состоянии туристического комплекса. Отсюда вытекают просчеты в оценках, прогнозировании и принятии управленческих решений в сфере туризма.

Обоснование механизма развития туристического комплекса Беларуси

Требования к новым механизмам, обеспечивающим развитие туристического комплекса

Неконкурентоспособность Беларуси как дестинации на рынке туризма, неэффективность системы управления туристическим комплексом и хроническое отставание в контексте достижения намеченных государством целей развития туризма не позволяют межотраслевому туристическому комплексу стать весомым сектором национальной экономики. Для реализации потенциала туризма как существенного экономического фактора развития необходимо обоснование действенного механизма развития туристического комплекса.

Сущность экономических, хозяйственных и управленческих механизмов зависит от свойств и характера экономических субъектов, взаимодействующих с множеством объектов (экономических, социальных, природных, культурных и др.) в условиях действия ряда факторов сложившейся среды. Современный хозяйственный механизм определяется как совокупность экономических оргструктур, правовых норм, институтов, форм и методов хозяйствования, призванных служить увязке и согласованию общественных, групповых и частных интересов, обеспечивать функционирование и развитие национальной экономики в соответствии с требованиями экономических законов и с учетом исторической специфики (Шимов, Крюков, 2014. С. 100). Анализ сущности всего разнообразия существующих и применяемых в экономике механизмов является целью ряда научных статей по экономике и свидетельствует о наличии научного плюрализма в

данном вопросе. Например, М.Н. Яньшина анализирует 12 трактовок экономических механизмов (2011), а О.И. Стогул – 26 определений хозяйственных, экономических и организационно-экономических механизмов (2013). Теория экономических механизмов заложена Л. Гурвицем, Р. Майерсоном и Э. Маскиным и в целом объясняет поведение игроков рынка с точки зрения наибольшей для них эффективности и необходимость институционализации правил их поведения с целью получения ожидаемого эффекта в экономике (Измалков и др., 2008). Механизмы, разрабатываемые экономическими науками, направлены на повышение эффективности определенных видов деятельности, субъектов бизнеса, отраслей, национальных экономик, а также процессов перераспределения благ и формирования благоприятной социально-экономической среды.

Для решения проблем развития туристического комплекса Республики Беларусь на первое место выдвигаются управленческие механизмы, обеспечивающие его конкурентоспособность и эффективное функционирование. Последние из предлагаемых механизмов конкурентоспособности экономических регионов (Русак, 2014; Шашко, 2010) и национального регулирования международного туризма (Горбылева, 2012) являются логичными, комплексными, они предусматривают институционализацию, охватывают множество процессов планирования, организации, стимулирования и контроля на национальном и региональном уровнях. Однако выверенность структуры данных механизмов в современных условиях динамики экономической среды с учетом состояния ее факторов является, скорее, не сильной, а слабой их стороной. *Каждый из процессов в таких механизмах требует компетенций, ресурсов и времени, нехватка которых (а это сегодняшняя реальность) приводит к сбою сначала одного-двух процессов, а затем всего механизма.* Институционализация, на которую опираются данные механизмы, в условиях ограниченности ресурсов (финансовых, материально-технических, кадровых) в сочетании с наделением новых институтов правами и обязанностями может приводить не к созданию механизма

достижения позитивных результатов, а формированию *механизма торможения*, сопровождающегося бюрократизацией, принятием неоптимальных решений или полурешений, формальным подходом к оценке результатов и т. д. Особенно эта проблема актуальна в случае создания государственных институтов управления (Шимов, Крюков, 2014. С. 144–145).

Для решения проблем развития туристического комплекса Беларуси необходим запуск процесса накопления его конкурентного потенциала. Конкурентный потенциал определяется как область, образуемая объединением внутренних и внешних конкурентных возможностей, формируемых в процессе трансформации ресурсов имеющихся в распоряжении системы управления инструментами и механизмами при ограничениях, налагаемых эндогенными и экзогенными факторами среды (Шутилин, 2014). Ни один из имеющихся механизмов не позволяет сегодня увеличить конкурентный потенциал туристического комплекса.

Таким образом, сложность и масштабы отмеченных выше *проблем развития туристического комплекса Беларуси и накопления его конкурентного потенциала требуют для их решения значительных усилий, сильного лобби и ресурсов, которые пока недоступны для туристического комплекса и вряд ли будут доступны в ближайшие годы*. Поэтому встает задача создания *облегченного*, но вместе с тем эффективного механизма, способного, с одной стороны, решить задачу по значительному прорыву в развитии туристической индустрии, а с другой – преодолеть консерватизм существующей системы управления туризмом. Разработка нового механизма должна:

- опираться на выявление узловых моментов проблемы и «локомотивных» факторов ее решения;
- быть направлена на минимизацию числа запускаемых процессов;
- максимально использовать управленческие ресурсы имеющихся институтов, не создавая новые;
- минимально зависеть от государственного финансирования.

Геоэкономический механизм обеспечения конкурентоспособности Беларуси как дестинации

Геоэкономический механизм обеспечения конкурентоспособности дестинации является одним из видов экономических механизмов и частью хозяйственного механизма. Как *вид экономического механизма*, он делает акцент на регулировании пространственно-экономических процессов, в которые вовлечены отдельные субъекты (предприятия, регионы, отрасли, кластеры и др.). Хозяйственный механизм приводит в действие социально-экономическую систему страны, используя весь арсенал экономических, правовых и иных инструментов, включая нормы и нормативы, экономические оценки ресурсов, финансы и кредит, цену, прибыль, заработную плату, премию (Шимов, Крюков, 2014. С. 100), а геоэкономический механизм обеспечения конкурентоспособности дестинации, как специфическая часть хозяйственного механизма, приводит в действие процесс развития туристической индустрии.

Субъектом обоснования геоэкономического механизма обеспечения конкурентоспособности дестинации является *геоэкономика туризма* (Тарасенок, 2011). Объект геоэкономики туризма – географическое пространство (местность, регион, страна), составляющее цель путешествий посетителя (или сегмента посетителей), обладающее необходимой инфраструктурой для размещения, питания, развлечений, познавательной и оздоровительной деятельности и представляющее собой субъект конкуренции на рынке въездного туризма и стратегический объект предпринимательства. Предмет геоэкономики туризма – пространственно-экономические процессы, в которые вовлекается дестинация и которые сопровождают производство и потребление ее туристского продукта. Примерами таких процессов являются конкуренция дестинаций, кооперация туристических предприятий дестинации, перехват рекреационных функций одним туристическим центром у другого, продвижение регионального турпродукта на соседние географические рынки и др. Основу методологии геоэкономики туризма составляют: современные кон-

цепты геоэкономики как науки о государственной стратегии активного включения стран в распределение мировых доходов путем достижения экономических преимуществ (Luttwak, 1990; Halizak, 2012; Кочетов, 2010; Дергачев, 2003); учение о дестинациях (Bieger, 2002; Зорин И., Зорин А., 2011); теоретические модели поляризации мирового туристического пространства (Пирожник, 1996; Александрова, 2002).

Исходя из методологии геоэкономики туризма, геоэкономический механизм обеспечения конкурентоспособности туристической дестинации представляет собой систему методов управления туристическим комплексом, направленных на улучшение положения дестинации в поляризованном туристическом пространстве и формирование иерархически полноструктурной дестинации (Тарасенок, 2014).

Улучшение геоэкономического положения предполагает усилия по более тесному включению дестинации в мировые потоки туристов и инвестиций в туристическую индустрию. Это означает проведение туристической политики, направленной на изменение положения дестинации в структуре поляризованного туристического пространства с «периферийного» на «полупериферийное» или «центральное». Вместе с тем невозможно создание конкурентоспособного турпродукта дестинации без сформированного турпродукта дестинаций более низкого иерархического уровня. Поэтому для повышения конкурентоспособности страны-дестинации необходимы усилия по формированию региональных и локальных дестинаций, которые формируют ее структуру. Таким образом, геоэкономический механизм обеспечения конкурентоспособности дестинации включает две группы инструментов: действующих во внешней среде дестинации и формирующих внутреннюю структуру дестинации (рис. 4).

Эффект функционирования геоэкономического механизма определяется участием дестинации в освоении расходов туристов и наращивании доходов туристической индустрии. Целью данного механизма является увеличение объемов туристической ренты, улавливаемой дестинацией, и, как следствие, повышение экономической ценнос-

ти туристического потенциала ее региона. Поддержание на максимально возможном уровне доходности туристической индустрии дестинации будет обеспечивать ее конкурентоспособность, делая ее привлекательной для посетителей, инвесторов, трудовых ресурсов и повышая качество жизни местного населения.

Принципиальная схема действия геоэкономического механизма обеспечения конкурентоспособности дестинации (рис. 5) опирается на модель геоэкономической системы туризма, центральное место в которой занимает дестинация и которая включает помимо нее такие взаимосвязанные элементы, как рынки сбыта турпродукта, конкуренты, инвесторы, политические круги (органы государственного управления, общественные объединения, политики) и посредники в продвижении турпродукта дестинации (Тарасенок, 2008). *Узловым моментом проблем развития туристического комплекса является неэффективное продвижение Беларуси как дестинации и ограниченность предложения регионального турпродукта.* Движущий фактор ее решения – политическая воля системы госуправления в Беларуси. Главные управленческие решения должны быть направлены на активизацию туристских потоков и формирование самоорганизующихся туристических кластеров. Для решения этой задачи полномочий в системе управления туристическим комплексом достаточно, дополнительная институционализация не требуется, а сам механизм может быть реализован в рамках текущего финансирования деятельности государственных органов управления

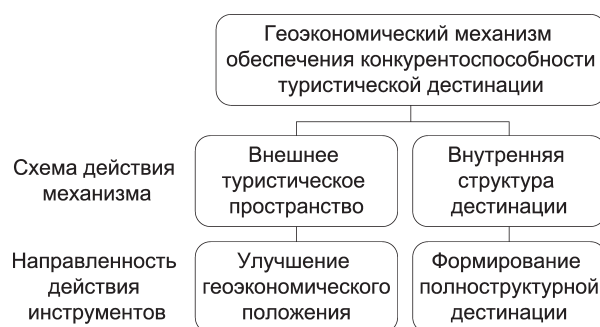


Рис. 4. Геоэкономический механизм обеспечения конкурентоспособности дестинации

Источник. Авторская разработка.

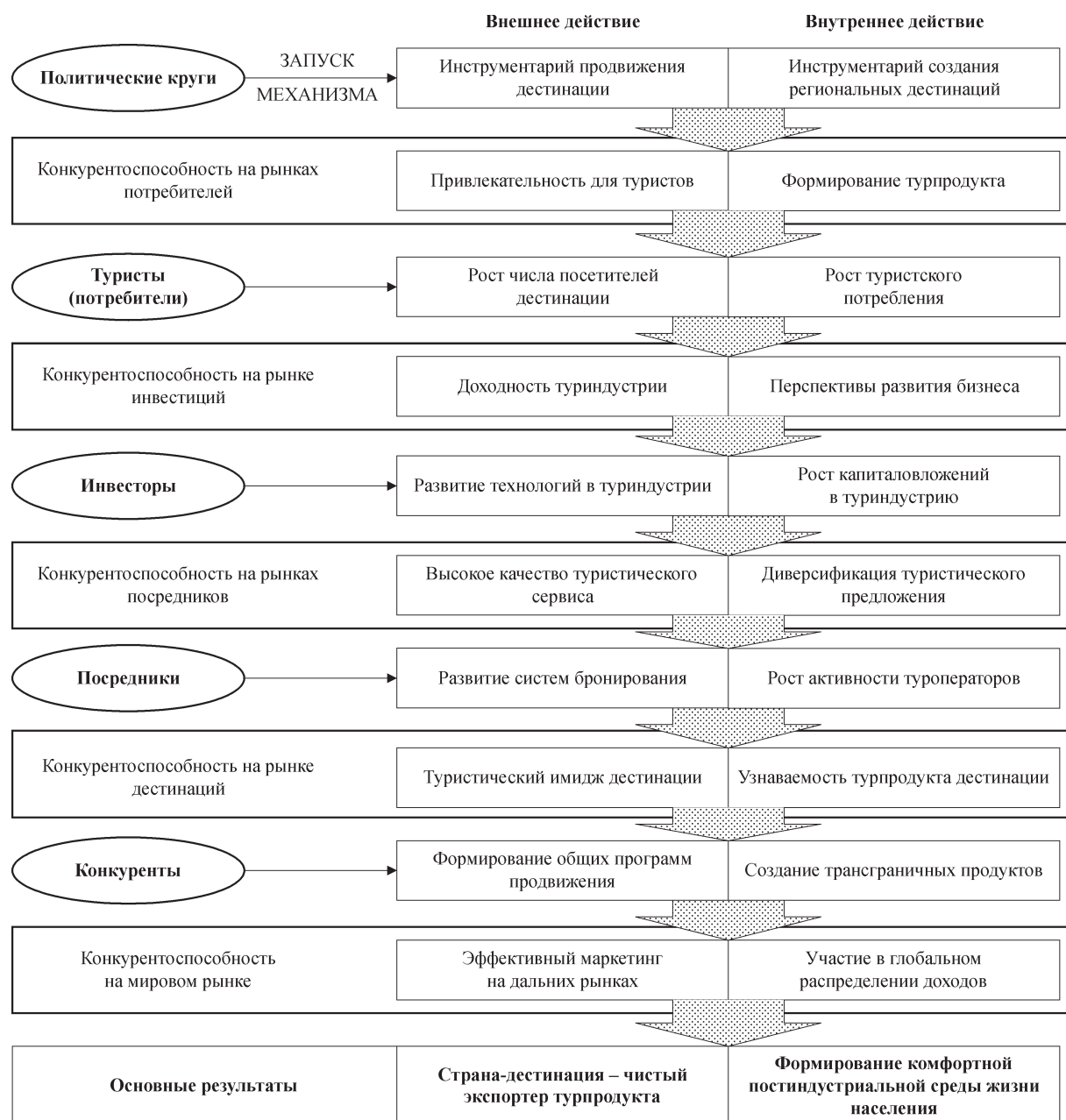


Рис. 5. Схема действия геоэкономического механизма обеспечения конкурентоспособности дестинации

Источник. Авторская разработка.

туризмом и расходов, закладываемых в Государственной программе развития туризма на пятилетие.

Практика создания инструментария для запуска геоэкономического механизма обеспечения конкурентоспособности Беларуси на рынке туризма

Инструментарий по продвижению Беларуси на внешние рынки был обоснован в рамках НИР «Проблемные факторы, сдержи-

вающие развитие экспорта туристических услуг в Республике Беларусь». Он включает соподчиненную систему инструментов маркетинга дестинации и план действий по продвижению республики на приоритетные туристические рынки. Система инструментов маркетинга дестинации включает ведущие инструменты (кардинальное упрощение визового режима и создание полнофункционального интернет-портала), дополнительные (рекламный ролик для телевидения, снижение тарифов на авиаперелеты, событийный

маркетинг и организация стендов на крупнейших международных туристических выставках) и второстепенные инструменты (участие в туристических выставках соседних стран, организация рекламных туров для журналистов и туроператоров из-за рубежа, издание печатной рекламы и создание туристско-информационных центров за рубежом). При этом эффективность всей системы инструментов продвижения Беларуси как дестинации зависит в первую очередь от ведущих инструментов, которые у нас практически не используются, а без них эффективность остальных инструментов минимальна, что не позволяет сделать прорыв в развитии туристического комплекса страны.

План действий по продвижению республики на рынки туризма рассчитан на три года и основан на последовательном внедрении системы инструментов маркетинга дестинации и концентрации на приоритетных рынках сбыта национального турпродукта. Данные рынки определялись с помощью индекса приоритетности географических рынков сбыта турпродукта дестинации (Тарасенок А., Тарасенок З., 2009). Косвенную оценку ожидаемого эффекта от его реализации можно осуществить методом аналогий с примерами Польши (вступила в ЕС в 2004 г.) и Украины, в которых с 2004 и 2005 гг. соответственно существует безвизовый въезд для граждан стран ЕС. В Польше туристский поток возрос с 52 млн посетителей в 2003 г. до 62 млн в 2004 г., и это при том, что были введены ограничения на въезд в Польшу из Беларуси, Украины, России и других стран вне ЕС. В 2013 г. турпоток составил более 73 млн посетителей. В Украине после отмены визового режима со странами ЕС въездной туризм вырос с 14,5 млн посетителей в 2004 г. до 17,6 млн в 2005 г. В 2013 г. число иностранных посетителей составило 26 млн чел. То есть отмена визового режима приводит к единовременному приросту туристского потока примерно на 20% в основном за счет освоения рынка потребителей ЕС. Такой же результат можно ожидать при реализации только одного ведущего инструмента продвижения Беларуси как дестинации – отмены или либерализации визового режима для граждан ЕС. Очевидно, что

подкрепление его другими инструментами приведет к еще более высоким показателям прироста въездного туризма.

Областью апробации второй части инструментария геоэкономического механизма, направленного на создание региональных дестинаций, стал *агротуризм*, как сфера наиболее гибкая, развивающаяся на принципах чистой конкуренции, незабюрократизированная и быстро реагирующая на изменения рынка. Эти свойства рынка агротуризма обусловлены, во-первых, либеральной государственной политикой в данной сфере, а во-вторых, вовлеченностью в бизнес мотивированных физических лиц и домашних хозяйств, не обремененных юридическим оформлением предпринимательской деятельности и регламентированным бухгалтерским учетом. В этой сфере на рынок легко войти и просто выйти. Поэтому *внедрение инноваций в агротуризме находит быстрый отклик, позволяющий, с одной стороны, придать быстрый импульс ожидаемым экономическим процессам, а с другой – быстро оценить их эффективность. Эти особенности делают сферу агротуризма удобным «полигоном» для апробации дестинационного подхода.*

Инструментарий создания региональных дестинаций как структурных элементов включает критерии отбора инициатив по созданию туристических дестинаций, стратегическое планирование их развития с привлечением местных сообществ, поддержку роста компетенций в области туристического сервиса и государственно-частного партнерства. На практике он был реализован в Брестской и Гродненской областях в рамках международного проекта по созданию 17 дестинаций агротуризма (Tarasionak, 2014). Опрос местных игроков туристического рынка, участвовавших в процессе стратегического планирования и создания дестинаций, проведенный в сентябре 2014 г., выявил позитивные результаты для местных сообществ (опрошен 81 участник). Навыки, полученные на мероприятиях проекта (тренинги, стади-туры, «круглые столы»), были оценены участниками как полезные и очень полезные. Почти 80% опрошенных отметили, что в ходе стратегического планирования налажено

конструктивное партнерство между участниками кластера и выработаны навыки совместной работы над региональными планами. 68% сообщили, что смогут применять полученные навыки в других сферах планирования, 57% указали, что у них улучшилось проектное мышление. Более половины опрошенных рассматривают разработанные документы стратегий в качестве руководства к действию при принятии управленческих решений, а также рекомендаций для ведения бизнеса или регионального планирования.

Эффективность процесса стратегического планирования развития дестинаций и самоорганизации туристических кластеров в сфере агроэкотуризма отражают результаты развития агроэкотуризма в районах Гродненской и Брестской областей за период 2012–2014 гг. (табл. 11). Как видим, только в двух районах, Волковысском и Свислочском, где формируются дестинации «По следам древних шахтеров» и «Край пушанских чудес и таинств», динамика развития агроэкотуризма была в целом отрицательной, несмотря на то, что в них образовались небольшие, но хорошо скооперированные кластеры агроэкотуризма. В целом же районы, в которых запущен процесс кластерообразования и самоорганизации туристических дестинаций, показали феноменальный рост: количество усадеб почти удвоилось, а объемы обслуживания и выручка утроились, увеличилась доходность единицы обслуживания. В районах, которые не были активно охвачены процессом стратегического планирования, в общей массе наблюдается уменьшение числа усадеб, снижение объемов обслуживания и незначительный рост выручки. Очевидно, что на рост сектора агроэкотуризма в районах, где формируются дестинации, повлияли и другие, объективные факторы, помимо самого процесса стратегического планирования. К таким факторам относятся наличие культурно-исторических объектов, памятников природы и природоохранных территорий. Но эти факторы, как базовые ресурсные предпосылки развития туризма, были учтены еще на начальной стадии отбора инициатив, а его критерии предусматривали их оценку

как второстепенных факторов. Ведь там, где есть притягательные туристические объекты, зарождаются и формы туристического сервиса, появляются относительно сильные производители туруслуг, которые затем могут инициировать создание кластеров, что в ряде случаев и произошло при организации конкурса туристических дестинаций в Гродненской и Брестской областях.

* * *

Проведенный в рамках настоящей работы анализ развития туристического комплекса Беларуси позволил выявить три ключевые взаимосвязанные проблемы, требующие новых механизмов решения: неконкурентоспособность Беларуси как дестинации на рынке туризма, неэффективность существующей системы управления туристическим комплексом, невыполнение государственных прогнозных показателей по экспорту туристических услуг и инвестициям в туристическую индустрию.

Используемые в практике управления туризмом механизмы не позволяют решать данные проблемы из-за слабой их мобильности, высокой ресурсоемкости и, как следствие, функциональной уязвимости в условиях нехватки финансовых ресурсов, недостатка компетенций и временных ограничений. Альтернативой им служит геоэкономический механизм обеспечения конкурентоспособности дестинации, направленный на улучшение положения дестинации в мировом поляризованном туристическом пространстве и формирование иерархически полноструктурной дестинации, ориентированной на территориальную концентрацию и диверсификацию создания регионального турпродукта. Данный механизм основан на принципе «толчка» (политической воли), использовании управленческих инструментов позитивной мотивации и запуске процессов самоорганизации туристического комплекса на национальном и региональном уровнях. Он реализует схему последовательного роста конкурентного потенциала Беларуси как дестинации внутри существующей геоэкономической системы туризма.

Динамика развития агроэкотуризма в районах Гродненской и Брестской областей, 2012–2014 гг.

Район	Формируемые дестинации	Выручка, 2012 г., тыс. долл. США	Выручка, 2014 г., тыс. долл. США	Рост числа суб. агротур., %	Рост числа гостей, %	Рост выручки, %
Гродненская область						
Берестовицкий	–	3,3	7,0	150,0	465,4	210,0
Волковысский	По следам древних шахтеров	18,0	6,1	100,0	12,3	33,7
Вороновский	–	14,3	51,2	88,9	198,6	359,2
Гродненский	Зеленый берег Гродно	54,8	350,5	1033,3	549,2	639,0
Дятловский	–	44,0	13,6	45,5	57,8	31,0
Зельвенский	Зельвенский дыяруш	50,6	76,0	38,9	217,0	150,2
Ивьевский	–	119,9	73,6	35,3	23,4	61,4
Кореличский	Мирское графство	14,7	71,3	428,6	394,6	486,2
Лидский	Наследие Гедимины	14,7	186,1	400,0	1942,2	1264,3
Мостовский	–	20,4	17,0	90,0	257,1	83,3
Новогрудский	Земля Мицкевича	8,0	25,7	200,0	232,1	320,8
Островецкий	–	16,1	21,5	175,0	16,1	133,5
Ошмянский	–	59,0	52,2	57,1	123,8	88,4
Свислочский	Край пушанских чудес и таинств	38,4	35,9	69,2	32,3	93,6
Сморгонский	Северные Афины	1,9	155,9	725,0	6946,7	8275,4
Щучинский	Щучинская	7,5	75,9	180,0	4153,3	1016,0
Слонимский	–	191,7	15,4	22,2	18,8	8,1
Брестская область						
Барановичский	Зеленое кольцо Барановичей	37,4	57,1	131,3	212,7	152,5
Березовский	Долина реки Ясельда	42,5	88,0	185,7	124,9	207,1
Брестский	–	119,4	273,5	162,5	178,5	229,1
Ганцевичский	–	0,0	17,3	300,0	–	–
Дрогичинский	–	32,8	32,6	122,2	143,6	99,4
Жабинковский	–	43,4	31,8	137,5	66,7	73,4
Ивановский	Мотольский шлях	20,2	27,8	114,3	182,9	137,5
Ивацевичский	–	1,4	21,0	111,1	182,4	1478,5
Каменецкий	Беловежский тракт	43,7	148,0	154,3	235,9	338,8
Кобринский	Мухавецкая кумора	8,2	14,9	200,0	132,9	182,2
Лунинецкий	–	9,4	8,7	160,0	145,1	92,8
Ляховичский	–	7,1	35,0	700,0	349,2	494,0
Малоритский	–	12,3	66,7	157,1	291,0	543,9
Пинский	Пинское Полесье	13,5	29,7	191,7	188,4	220,7
Пружанский	–	14,3	20,2	180,0	151,0	140,7
Столинский	Полесская Амазония	140,9	280,4	118,2	261,9	199,0
Районы с дестинациями		514,93	1629,0	197,4	330,8	316,4
Районы без дестинаций		708,82	758,6	94,9	88,8	107,0

Источник. Рассчитано на основе данных Министерства по налогам и сборам Республики Беларусь.

Для запуска геоэкономического механизма в практике управления туристическим комплексом необходимы, во-первых, реализация системы инструментов по эффективному продвижению Беларуси на внешние рынки туризма, а во-вторых, создание сети региональных дестинаций как сети кластеров, производящих части целого национального турпродукта. Предварительная оценка разработанного инструментария для запуска геоэкономического механизма обеспечения конкурентоспособности Беларуси на рынке туризма, основанная на практическом внедрении и эмпирических расчетах, показывает его эффективность. Это может стать основой для более широкого применения данного механизма в практике управления туристическим комплексом Беларуси в целях его опережающего развития.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ (REFERENCES)

- Александрова А.Ю.** 2002. *Структура туристского рынка*. Москва: Пресс-Соло. [Aleksandrova A.Yu. 2002. *The structure of the tourist market*. Moscow: Press-Solo. (In Russ.)]
- Горбылева И.А.** 2013. Механизм национального регулирования международного туризма на основе принципов устойчивого развития. *Экономика глазами молодых: материалы VI Междунар. науч.-практ. конф. аспирантов и молодых ученых, Вилейка, 21–23 июня 2013 г.* Белорус. гос. экон. ун-т; Минск. С. 331–334. [Gorbyleva I.A. 2013. The mechanism of national regulation of international tourism based on the principles of sustainable development. *Ekonomika glazami molodykh: materialy VI Mizhnarodnoi nauchnoi i prakticheskoi konf. aspirantov i molodykh uchennykh, Vilejka, 21–23 Iun' 2013*. Belorusskii gosudarstvennyi ekonomicheskii universitet; Minsk, 2013. PP. 331–334. (In Russ.)]
- Дергачев В.А.** 2003. *Глобальная геоэкономика (трансформация мирового экономического пространства)*. Одесса: ИПРЭЭИ НАНУ. [Dergachiov V.A. 2003. *Global geo-economics (the transformation of the world economic space)*. Odessa: IPREEI NANU. (In Russ.)]
- Зорин И., Зорин А.** 2011. *Дестинация в контексте ЮНЕСКО*. Химки: РМАТ. [Zorin I., Zorin A. 2011. *Destination within the context of UNESCO*. Khimki: RMAT. (In Russ.)]
- Измалков С., Сонин К., Юдкевич М.** 2008. Теория экономических механизмов (Нобелевская премия по экономике 2007 г.). *Вопросы экономики*. № 1. С. 4–26. [Izmalkov S., Sonin K., Iudkevich M. 2008. The theory of economic mechanisms (Nobel Prize in Economics 2007). *Voprosy ekonomiki*. No 1. PP. 4–26. (In Russ.)]
- Кочетов Э.Г.** 2010. *Геоэкономика. Освоение мирового экономического пространства*. Москва: Норма. [Kochetov E.G. 2010. *Geo-economics. The development of the global economic space*. Moscow: Norma. (In Russ.)]
- Пирожник И.И.** 1996. *Международный туризм в мировом хозяйстве*. Минск: Бел. гос. ун-т. [Pirozhnik I.I. 1996. *International tourism in the world economy*. Minsk: Belorusskii gosudarstvennyi universitet. (In Russ.)]
- Пирожник И.И., Тарасенок А.И., Яцухно В.М.** 2005. Формирование пространственного базиса туризма в Беларуси: сочетание природоохранных и рекреационных функций специализированных территорий. *Земля Беларуси*. № 3. С. 9–16. [Pirozhnik I.I., Tarasionok A.I., Iatsukhno V.M. 2005. Forming of a tourism spatial basis in Belarus: combination of the nature-conservative and recreational functions of specialized areas. *Zemlia Belarusi*. No 3. PP. 9–16. (In Russ.)]
- Русак И.Н.** 2014. *Оценка уровня конкурентоспособности регионов Республики Беларусь*. Минск: Энциклопедикс. [Rusak I.N. 2014. *Competitiveness evaluation of regions of Belarus*. Minsk: Entsiklopediks. (In Russ.)]
- Стогул О.И.** 2013. Сущность понятия «экономический механизм развития предприятия». *Економіка транспортного комплексу*. Вип. 21. С. 41–53. [Stogul O.I. 2013. The concept «Economic mechanism of the enterprise's development». *Ekonomika transportnogo kompleksu*. Iss. 21. PP. 41–53. (In Ukr.)]
- Тарасенок А.И.** 2011. *Геоэкономика туризма*. Минск: Новое знание; Москва: ИНФРА-М. [Tarasionok A.I. 2011. *Geo-economics of tourism*. Minsk: Novoe znanie; Moscow: INFRA-M. (In Russ.)]
- Тарасенок А.И.** 2014. Геоэкономический механизм обеспечения конкурентоспособности туристских дестинаций. *Матеріали I Міжнародної науково-практичної конференції «Управління туристичною індустрією: методологія і практика»: збірник наукових праць*. Полтава: Видавець ФОП Гаража М.Ф. С. 261–263. [Tarasionok A.I. 2014. Geo-economic maintenance mechanism of tourist destinations competitiveness. *Materialy I Mizhnarodnoi naukovopraktychnoi konferentsii «Upravlinnia turistichnoiu industrieu: metodologіia i praktyka»*. Poltava: Vydavets FOP Garazha M.F. PP. 261–263. (In Russ.)]
- Тарасенок А.И.** 2009. Туристический комплекс Беларуси: организация управления, пространственный базис, компетенции. *Белорусский экономический журнал*. № 2. С. 92–106. [Tarasionok A.I. 2009. The tourist complex of Belarus: the organization of management, spatial basis,

competence. *Belorusskii ekonomicheskii zhurnal*. No 2. PP. 92–106. (In Russ.)]

Тарасенок А.И. 2008. Туристская дестинация как объект исследований геоэкономики туризма. *Экономическое образование и современные педагогические технологии. Экономика и предпринимательство*: сб. науч. работ. Вып. 2. С. 160–167. [The tourist destination as the research object of geo-economics of tourism. *Ekonomicheskoe obrazovanie i sovremennye pedagogicheskie tekhnologii. Ekonomika i predprinimatel'stvo*. Iss. 2. PP. 160–167. (In Russ.)]

Тарасенок А.И., Тарасенок З.Н. 2009. Индекс приоритетности рынка сбыта турпродукта дестинации. *Экономическое образование и современные педагогические технологии. Экономика и предпринимательство*: сб. науч. работ. Вып. 3. С. 168–172. [Tarasionak A.I., Tarasionak Z.N. 2009. Index of priority market for promotion of destination. *Ekonomicheskoe obrazovanie i sovremennye pedagogicheskie tekhnologii. Ekonomika i predprinimatel'stvo*. Iss. 3. PP. 168–172. (In Russ.)]

Шашко А.А. 2010. Конкурентоспособность регионов: сущность и управление. *Новая экономика*. № 1. С. 45–54. [Shashko A.A. 2010. Competitiveness of regions: the essence and management. *Novaiia ekonomika*. No 1. PP. 45–54. (In Russ.)]

Шимов В.Н., Крюков Л.М. 2014. *Инновационное развитие экономики Беларуси: движущие силы и национальные приоритеты*. Минск: БГЭУ. [Shimov V.N., Kryukov L.M. 2014. *The innovative*

development of the belarusian economy: driving forces and national priorities. Minsk: Belorusskii gosudarstvennyi ekonomicheskii universitet. (In Russ.)]

Шутилин В.Ю. 2014. Конкурентный потенциал экономической системы: генезис, проблемы формирования и реализации. *Белорусский экономический журнал*. № 3. С. 45–64. [Shutilin V.Iu. 2014. Competitive potencial of the economic system: genesis, formation and realization problems. *Belorusskii ekonomicheskii zhurnal*. No 3. PP. 45–64. (In Russ.)]

Яньшина М.Н. 2011. Трактовка понятия «хозяйственный механизм» в современной экономической теории. *Известия Волгоградского государственного педагогического университета*. Т. 63. № 9. С. 97–100. [Ian'shina M.N. 2011. The interpretation of the concept «economic mechanism» in the modern economic theory. *Izvestiia Volgogradskogo gosudarstvennogo pedagogicheskogo universiteta*. Vol. 63. No 9. PP. 97–100. (In Russ.)]

Bieger T. 2002. *Management von Destinationen*. Munchen; Wien: Oldenbourg.

Haliiak E. (Ed.) 2012. *Geoekonomia*. Warszawa: Wydawnictwo Naukowe SHOLAR.

Luttwak E. 1990. From Geopolitics to Geo-Economics: Logic of Conflict, Grammar of Commerce. *The National Interest*. No 20. PP. 17–23.

Tarasionak A. 2014. Strategic planning of tourist destinations: new approach towards territorial organization of tourism in Belarus. *Geografijos metraštis*. No 47. PP. 25–36.

In citation: *Belorusskii Ekonomicheskii zhurnal*. 2016. No 1. P. 109–127.

Belarusian Economic Journal. 2016. No 1. P. 109–127.

BELARUS' TOURISM COMPLEX: CURRENT PROBLEMS AND A NEW MECHANISM OF DEVELOPMENT

Aliaksandr Tarasionak¹

Author affiliation: ¹ Belarus State Economic University (Minsk).

Corresponding author: Aliaksandr Tarasionak (alex_tarasenok@mail.ru).

ABSTRACT. The article discusses the development of tourism in the Republic of Belarus. Identified are the problems of the tourism complex's functioning. The current mechanisms in place are not able to solve these problems and raise its competitive potential. Substantiated is the geo-economic mechanism of providing the competitiveness of Belarus as a destination. It is based on the methodology of tourism geo-economics and can be implemented via the principles of «push» and self-organization of the tourism complex. Shown is the effectiveness of its practical application.

KEYWORDS: tourism complex, tourism in Belarus, geo-economic mechanism, competitiveness.

JEL-code: L83, L88, H76.

Received 29.10.2015.

