

Иван Пирожник

Поморская Академия, Математико-естественный факультет, ул. Партизанская 27, 76-200 Слупск, Польша;  
e-mail: ipir951@gmail.com

## СТРУКТУРНЫЕ И ТЕРРИТОРИАЛЬНЫЕ ДИСПРОПОРЦИИ ТУРИСТСКОГО СЕКТОРА БЕЛАРУСИ

Pirozhnik I. **Strukturalne i terytorialne dysproporcje sektora turystycznego Białorusi.** Przeanalizowano procesy rozwoju gospodarki turystycznej Białorusi na tle innych krajów regionu Europy Środkowo-Wschodniej. Pokazano stopień zaangażowania Białorusi w procesy globalizacji, będące czynnikiem rozwoju regionalnych rynków turystycznych, a także konkurencyjność rynku turystycznego w porównaniu z krajami sąsiednimi. Szczególną uwagę zwrócono na dynamikę i cechy strukturalne konsumpcji usług sektora turystycznego Białorusi. Przedstawiono cechy struktury przestrzennej kompleksu turystycznego Białorusi na podstawie regionalizacji turystycznej oraz trendy rozwoju i kształtowania produktu turystycznego. Jako metodologiczną podstawę do oceny poziomu konsumpcji turystycznej wykorzystano model ekonomiczny Rachunku Satelitarnego Turystyki Światowej Rady ds Podróży i Turystyki.

Pirozhnik I. **Structural and territorial disproportions of the tourist sector of Belarus.** The tourism development processes of Belarus were analyzed against the background of other Central and Eastern European countries. The degree of Belarus's involvement in global globalization processes, a factor in the development of regional tourist markets, as well as the competitiveness of the tourism market in comparison with neighboring countries is shown. Particular attention is focused on the dynamics and structural features of the consumption of tourism services in Belarus. The features of the spatial structure of the Belarusian tourist complex based on tourist regionalization as well as development trends and shaping of the tourist product are shown. As the methodological basis for the assessment of the level of tourist consumption, the economic model of the Tourism Satellite Accounting World Travel & Tourism Council (WTTC).

**Ключевые слова:** глобализация, глобальное присутствие, бренд страны, конкурентоспособность, туристский сектор, туристское хозяйство, туристский район, кластер, туристский продукт

**Słowa kluczowe:** globalizacja, obecność globalna, marka kraju, konkurencyjność, sektor turystyczny, gospodarka turystyczna, konsumpcja turystyczna, turystyczny region, klaster, produkt turystyczny

**Key words:** globalization, global presence, national brand, competitiveness, travel and tourism industry, travel and tourism economy, tourist consumption, tourism region, cluster, tourism product

### Резюме

Рассмотрены процессы развития туристского хозяйства Беларуси по сравнению с другими странами региона Центрально-Восточной Европы. Анализируется степень вовлеченности Беларуси в мирохозяйственные формы глобализации, выступающей фактором развития региональных туристских рынков, а также конкурентоспособность туристского рынка по сравнению с соседними странами. Особое место уделено динамике и структурным особенностям туристского сектора Беларуси. Выявлены особенности пространственной структуры туристского комплекса Беларуси, уро-

вень его развития и тенденции формирования туристского продукта. В качестве методологической основы при оценке уровня туристского потребления использовалась экономическая модель вспомогательного (сателлитного) счета туризма Всемирного Совета по туризму и путешествиям.

### ВВЕДЕНИЕ

В настоящее время туризм является одной из наиболее динамично развивающихся отраслей мирового хозяйства. Туристский сектор входит в сферу услуг и развивается высокими темпами. Туристское хозяйство с общим объемом

прямого и косвенного туристского потребления 8,3 трлн. долл. в 2017 г. формирует более 10% мирового ВВП, 6,5% общего мирового экспорта товаров и услуг и 4,5% мировых инвестиций. На долю туризма приходится 30% мирового экспорта торговли услугами, около 9,9% всех занятых в экономике (WTTC, 2018). Степень удовлетворения туристских потребностей и индивидуальной туристской активности населения (аспект спроса), с одной стороны, и возможностей их удовлетворения, то есть уровень развития туристского хозяйства с другой стороны (аспект предложения), выступают важным элементом уровня благосостояния, как по отношению к индивидууму, так и всему сообществу (ANSZPERGER, 2012, с. 20). Вследствие этого в постиндустриальном обществе развитие рынка туристских услуг, с одной стороны, выступает как активный элемент экономической динамики всего сектора услуг, создавая емкий сегмент занятости рабочей силы (невостребованной в новом технологическом укладе современных отраслей и производств), а с другой – остается чувствительным компонентом социального благополучия современного человека и его самооценок удовлетворенности жизнедеятельностью. Особую актуальность сочетание этих двух аспектов имеет для стран постсоциалистической трансформации, где туристское хозяйство выступает емким сектором привлечения высвобождающейся в процессе реформ рабочей силы, оставаясь важным критерием оценки уровня жизни и благосостояния.

## ОБЪЕКТ И МЕТОДЫ ИССЛЕДОВАНИЯ

Регион 20 стран Центрально-Восточной Европы (ЦВЕ) выступает активным сегментом мирового туристского рынка, в котором проходят глубокие процессы социально-экономической трансформации. В группе стран СНГ, в которую входит Беларусь, многие процессы развития туристского рынка носят противоречивый характер и не в полной мере изучены всесторонне. Для выявления этих процессов в данном исследовании анализируется степень вовлеченности Беларуси в мирохозяйственный процесс глобализации, выступающей фактором развития региональных туристских рынков. Особое место уделено анализу рыночной динамики туристского хозяйства в странах ЦВЕ и структурным

особенностям туристского сектора Беларуси. Выявлены территориальные особенности пространственной структуры туристского комплекса Беларуси, уровень его развития и задачи формирования туристского продукта Беларуси как активной дестинации европейского рынка. Для оценки уровня вовлеченности в мирохозяйственные связи и степени конкурентоспособности туристского потенциала стран ЦВЕ и Беларуси применялись материалы авторитетных международных рейтингов. В качестве методологической основы при оценке уровня туристского потребления использовалась экономическая модель Всемирного Совета по туризму и путешествиям и подходы построения вспомогательного (спутникового) счета туризма ЮНВТО. Структурные особенности туристского сектора и уровень его регионального развития раскрыты на основании данных национальной статистики Беларуси и методов туристского районирования, разработанного автором. В ходе исследования и обработки материала применялись абстрактно-логический метод, монографический метод, метод экспертных оценок, картографический и статистического анализа.

## СТЕПЕНЬ ВОВЛЕЧЕННОСТИ БЕЛАРУСИ В МИРОХОЗЯЙСТВЕННЫЕ СВЯЗИ КАК ФАКТОР РАЗВИТИЯ ТУРИСТСКОГО РЫНКА

Для оценки места страны на туристском рынке и её туристской привлекательности в совокупном измерении необходимо использовать комплексный подход. Комплекс таких показателей применялся (ПИРОЖНИК, 1996) для анализа процессов пространственной поляризации мирового туристского рынка на уровне 22 мезорегионов, выделяемых ЮНВТО (UNWTO – World Tourism Organization). Использование ограниченного числа только основных показателей туристского обмена и обеспеченности туристской инфраструктурой (TARASIONAK, 2016a) на уровне отдельных стран не раскрывает всего многообразия экономических процессов и мирохозяйственных взаимосвязей на туристском рынке. Болгарский экономист В. КРЪСТЕВ (2017) при анализе на уровне отдельных стран предлагает использовать ряд авторитетных международных рейтингов, отражающих положение стран в мирохозяйственных процессах, социально-культур-

ных отношениях и условиях развития бизнес среды на туристском рынке. В качестве таких источников используются рейтинги стран, отражающие их место в общих процессах глобализации и вовлеченности в мирохозяйственные процессы („глобальное присутствие“), восприятие бренда страны на туристских рынках и уровень конкурентоспособности туристского рынка каждой страны (рис. 1, табл. 1). В первых двух рейтингах туризм выступает в качестве лишь одного из показателей, формирующих общую оценку, в то время как в двух других – является целевым объектом углубленного анализа. Получить адекватное представление о позиции страны в этих рейтингах позволяет сравнение как с мировыми и европейскими лидерами, так и соседними странами региона Центрально-Восточной Европы.

**Глобализация** выступает одним из важнейших социально-экономических процессов в современном мире, который определяется как интернационализация экономической деятельности и интенсификация её порога в результате чего национальная экономика становится более взаимосвязанной с мирохозяйственной системой. Глобализация отражает, прежде всего, динамичный и многомерный процесс экономической интеграции, в рамках которого национальные ресурсы становятся все более мобильными на международном уровне. Происходящая интернационализация рынка товаров и услуг, рабочей силы и финансовых рынков увеличивает взаимозависимость национальных экономик (SWADŹBA, 2017; ZAGÓRA-JONSZTA, 2017). Швейцарский институт (KOF), занимающийся измерением глобализации определяет её как процесс создания сети связей между странами на различных континентах, приводящей к интенсивным потокам, включая людей, информацию и идеи, капитал и товары. Глобализация рассматривается как процесс, который вызывает снижение барьерных функций национальных границ, объединяет национальные экономики, культуры, технологии и управление создавая отношения взаимных взаимозависимостей (KOF, 2016). В такой трактовке широкие туристские связи стран становятся не только следствием детерминированности экономическими процессами, но и сферой практической реализации многосторонних социально-культурных связей. Невысокий уровень участия в междуна-

родных туристских обменах и неразвитость сектора въездного туризма отражают в таких условиях не столько степень развития туристского сектора страны, сколько её (само) изоляцию от мирохозяйственных процессов. KOF Index of Globalization, разработанный А. Дреером (DRENER, 2006) имеет три измерения: уровень экономической глобализации, социальной и политической глобализации. Каждый из них рассчитывается на основе нескольких показателей, при этом для каждого из них установлен весовой коэффициент. Доля субиндекса экономической глобализации составляет 36%, социальной – 37%, а доля уровня политической глобализации в глобальном индексе составляет 27%. По его общему значению Беларусь уступает всем странам Центрально-Восточной Европы, где лидируют Чешская Республика, Словакия и Венгрия, близкие показатели имеют Польша и страны Балтии. Вместе с соседними странами СНГ и небольшими экономиками балканских стран (Албания, Босния и Герцеговина, Македония, Черногория) Беларусь входит в группу с невысокими значениями индекса глобализации, занимая 70 место из 185 стран (последняя позиция среди 20 стран ЦВЕ).

По величине **„Индекса глобального присутствия“** Королевского института „Эльканьо“ (Испания), который является суммарной оценкой 16 параметров, касающихся различных аспектов экономики (включая туризм), военного потенциала и обороны, а также культуры, коммуникаций и образования, Беларусь занимает 61 место среди 100 стран мира. Эта позиция фактически подтверждает её слабый вес в „экспорте“ международного влияния, который оставляет ее в тени большинства стран ЦВЕ. Опежение по данному индексу стран Балтии связано со структурными особенностями индекса. Так в Беларуси на экономическую сферу приходится 1/3 значения индекса, военный потенциал и оборона составляет 1/5, а социально-культурная сфера превышает 2/5 (*Elcano Global Presence Report, 2017, с. 62–64*). В странах Балтии и Польше экономическая сфера формирует почти 2/3 величины индекса, а на военный сектор приходится менее 1/10 (всего 3–6%). Высокая позиция России связана в значительной мере с высокой долей военного сектора в индексе глобального присутствия (52%), что обеспечивает ей 7 место в мире.

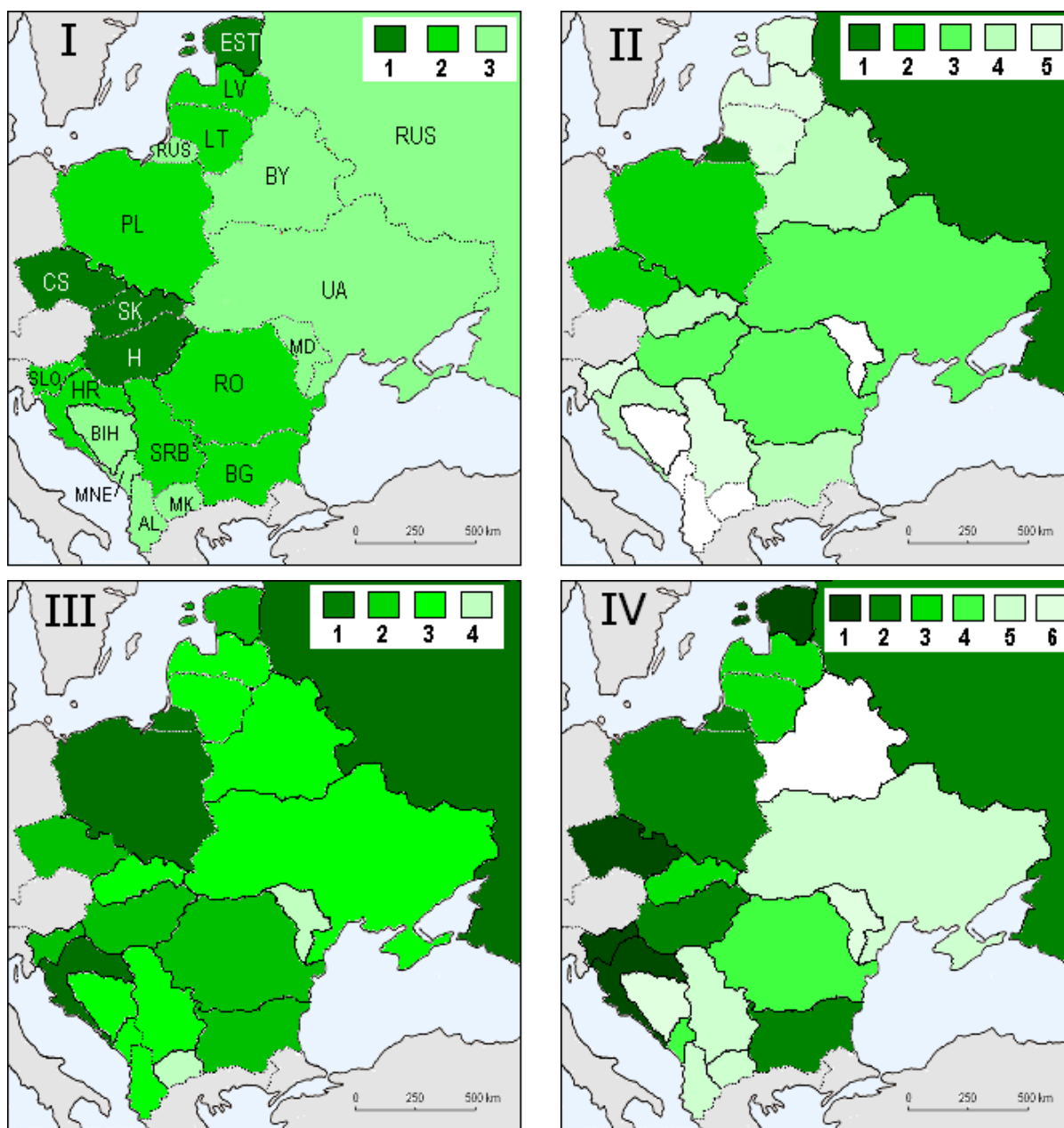


Рис. 1. Позиция Беларуси в международных рейтингах по оценке:

I – индекс уровня глобализации: 1 – относительно высокий (81–84 балла), 2 – средний (75–80), 3 – низкий (65–70); II – уровень „глобального присутствия”: 1 – высокий (более 419 баллов), 2 – средний (42–66), 3 – ниже среднего (31–40), 4 – низкий (11–18), 5 – минимальный (4–10); III – рейтинг бренда страны для туризма: 1 – относительно высокий (13–18 место), 2 – средний (22–30), 3 – низкий (31–39), 4 – очень низкий (40–41); IV – индекс конкурентоспособности туристского рынка: 1 – относительно высокий (4,2–4,4 балла), 2 – средний (4,1–4,15), 3 – ниже среднего (3,9–4,0), 4 – низкий (3,6–3,8), 5 – очень низкий (3,3–3,5), 6 – минимальный (3,0–3,1).

Rys. 1. Pozycja Białorusi w międzynarodowych ocenach ratingowych:

I – wskaźnik poziomu globalizacji: 1 – relatywnie wysoki (81–84 punktów), 2 – średni (75–80), 3 – niski (65–70); II – poziom „globalnej obecności”: 1 – wysoki (powyżej 419 punktów), 2 – średni (42–66), 3 – poniżej średniego (31–40), 4 – niski (11–18), 5 – minimalny (4–10); III – ocena marki kraju dla turystyki: 1 – relatywnie wysoka (13–18), 2 – średnia (22–30), 3 – niska (31–39), 4 – bardzo niska (40–41); IV – wskaźnik konkurencyjności rynku turystycznego: 1 – relatywnie wysoki (4,2–4,4), 2 – średni (4,1–4,15), 3 – poniżej średniego (3,9–4,0), 4 – niski (3,6–3,8), 5 – bardzo niski (3,3–3,5), 6 – minimalny (3,0–3,1)

Fig. 1. Position of Belarus in international rating assessments:

I – globalization level indicator: 1 – relatively high (81–84 points), 2 – medium (75–80), 3 – low (65–70); II – the level of "global presence": 1 – high (more than 419 points), 2 – medium (42–66), 3 – lower than the average

В рейтинге **бренда государств** в сфере туризма, который рассчитывает компания „Bloom Consulting“ (*Bloom Consulting Country...*, 2017), положение Беларуси на 38 месте среди 41 страны Европы, участвующей в анализе, свидетельствует о слабости её позиций на европейском рынке, при близости значений индекса к странам Балтии, Украины и балканского региона (Сербия, Албания, Черногория, Босния и Герцеговина). В то же время страны новые члены ЕС (Польша, Чехия, Венгрия) позиционируются впереди Беларуси, среди стран с более высокой туристской известностью в мире (табл. 1).

Наиболее широкий перечень показателей применяется в расчетах рейтинга **„Индекса конкурентоспособности туризма“**. Ранг отдельных стран в этом индексе определяется по 14 группам показателей, характеризующих различные аспекты туристского рынка: 1. Бизнес-среда, 2. Безопасность и охрана, 3. Здравоохранение и гигиена, 4. Людские ресурсы и рынок труда, 5. Информационные технологии, 6. Приоритетность туристской деятельности, 7. Международная открытость страны, 8. Ценовая конкурентоспособность, 9. Устойчивость природной среды, 10. Инфраструктура авиатранспорта, 11. Инфраструктура сухопутного и водного транспорта, 12. Туристская инфраструктура, 13. Природные ресурсы, 14. Историко-культурные ресурсы и деловые поездки (*The Travel & Tourism...*, 2017). Группу лидеров в регионе ЦВЕ формируют прежде всего балканские страны с выходом к Адриатическому морю (Хорватия, Словения), страны Балтии, Польша и Чехия. Данный индекс для Беларуси не определяется из-за несогласованности ряда условий Всемирного Экономического Форума, но оценивая уровень туристского рынка соседних стран СНГ, можно ожидать, что это позиция не выше мест, которые занимают Украина (88) и Молдавия (117) (табл. 1).

Как видно из проведенного анализа, на развитие современного туристского рынка Беларуси действует ряд барьеров – политические ограничения экономического и культурного сотрудничества (при низкой эффективности реализуемых мероприятий политики ЕС в рамках Восточного партнерства), визовый режим с большинством стран с высоким уровнем платежеспособного спроса, различия в ментальности и ценностных ориентациях потенциальных туристов из развитых стран, недостаточный уровень развития туристской и транспортной инфраструктуры, информационные барьеры и невысокий уровень презентации туристского потенциала страны на активных туристских рынках, неэффективная маркетинговая деятельность по формированию туристского имиджа и бренда страны. Однако представляется, что концентрация первоочередных мер активизации туристского рынка Беларуси на создании информационного портала в сети Интернет (ТАРАСЕНКО, 2015) или расширение уровня компетенций туристских кадров и персонала, являются важными, но не исчерпывающими мерами. Не имеют достаточного обоснования и некоторые оценки недоступности Беларуси для туристских поездок иностранцев, высокой зависимости туризма от политической системы и визовой политики (SEMMLERLING, 2017, s. 13).

Формирование туристского бренда и имиджа страны, как туристской дестинации, с акцентом на развитии региональной и локальной идентичности туристских регионов, представляющих аттрактивные туристские продукты, отвечающие структуре современных потребностей туристов, должны быть дополнены активной макроэкономической и региональной политикой по развитию эффективного туристского сектора (ТАТАРИНОВ, 2005).

←-----

(31–40), 4 – low (11–18), 5 – minimal (4–10); III – evaluation of the country's brand for tourism: 1 – relatively high (13–18), 2 – medium (22–30), 3 – low (31–39), 4 – very low (40–41), IV – competitiveness indicator tourist market: 1 – relatively high (4.2–4.4), 2 – medium (4.1–4.15), 3 – lower than the average (3.9–4.0), 4 – low (3.6–3.8), 5 – very low (3.3–3.5), 6 – minimal (3.0–3.1)

(Составлено автором по материалам – opracowanie własne wg – own elaboration after: KOF Globalization Index, 2018; Elcano Global Presence Report 2016. Madrid: Real Instituto Elcano, 2017; Bloom Consulting Country Brand Ranking. Tourism Edition 2017/2018; The Travel & Tourism Competitiveness Report. Geneva: WEF, 2017)

Таблица 1. Позиция Беларуси в международных рейтингах оценки вовлеченности в мирохозяйственные связи по сравнению со странами-соседями (2016–2017 гг.)\*

Tabela 1. Pozycja Białorusi w międzynarodowych ocenach poziomu zaangażowania w światowe relacje gospodarcze w porównaniu z krajami sąsiadującymi (2016–2017)\*

Table 1. The position of Belarus in international assessments of the level of involvement in global economic relations in comparison with neighbouring countries (2016–2017) \*

Международный рейтинг	Методология оценки	Количество стран в рейтинге	Лидер рейтинга	Позиция стран					
				BY Беларусь	PL Польша	LT Литва	LV Латвия	RUS Россия	UA Украина
KOF Index of Globalization (2015)	Комбинация социально-экономических показателей	185	Бельгия (90,47)	70	31	30	39	56	49
Elcano Global Presence Report (2016)	Комбинация социально-экономических показателей	100	США 2 459,6	61	31	76	94	7	47
Bloom Consulting Country Brand Ranking. Tourism Edition (2017/2018)	Комбинация показателей, имеющих отношение к туризму	193 (41 Европа)	США (Испания)	118 (38)	36 (18)	95 (33)	104 (36)	32 (15)	84 (32)
The Travel & Tourism Competitiveness Index (2017)	Комбинация 14 групп показателей, отражающих факторы и условия развития туристского рынка	136	Испания (5,4)	?	46	56	54	43	88

\*Составлено автором по – opracowanie własne wg – own elaboration after: KOF Globalization Index, 2018; Elcano Global Presence Report 2016. Madrid: Real Instituto Elcano, 2017; Bloom Consulting Country Brand Ranking. Tourism Edition 2017/2018; The Travel & Tourism Competitiveness Report. Geneva: WEF, 2017;

## СТРУКТУРНЫЕ ОСОБЕННОСТИ ТУРИСТСКОГО СЕКТОРА БЕЛАРУСИ И ТЕНДЕНЦИИ ЕГО ДИНАМИКИ

Для реализации эффективной туристской политики страны первостепенной задачей является более активное внедрение принятых в мировой практике экономических подходов к определению структуры туристского сектора, его экономического влияния на формирование добавленной стоимости всего сектора услуг, учета объемов не только непосредственного (специализированного) туристского потребления, но и его дополнительной и индуцированной части с учетом эффекта мультипликации и широ-

ких связей туристского рынка со всеми отраслями хозяйственного комплекса страны. Экономическое значение туризма для экономики отражает широкий перечень макроэкономических показателей предложенных для экономического анализа Всемирным Советом по туризму и путешествиям (World Travel and Tourism Council – WTTC) (например, участие туристского сектора в формировании ВВП, в объеме инвестиций, в общей структуре занятости населения и трудоустройстве, доходах от экспорта и др.), а также методология вспомогательных (сателлитных) счетов в туризме, предложенная Всемирной Туристской Организацией (UNWTO). Система сателлитных счетов в принципе согла-

суется с общей структурой Системы национальных счетов, посредством которой они могут интегрироваться с основной комплексной системой национальной статистической информации. Следует, однако, признать, что несмотря на развитие экономической научной школы туристских исследований в Беларуси (ГРИБОЕДОВА, МАШКАНОВА, 2010; КОВАЛЕВ, ГЕНЕРАЛОВА, 2014; КАБУШКИН, ТАРАСЕНКО, 2016), внедрение методологии спутникового счета ЮНВТО в практику экономико-статистического анализа туристской отрасли пока находится на стадии экспертных обсуждений (Отчет..., 2012; ЛОБАН, ШЕПЕЛЕВИЧ, 2015).

В процессе создания туристского продукта для внутреннего и въездного туризма генерируются дополнительные доходы специализированных туристских и сопутствующих предприятий, увеличивается общее производство ВВП и занятости населения, за счет налоговых поступлений пополняется государственный бюджет и т.д. Расходы зарубежных туристов, являющиеся по отношению к принимающей стране экспортом туристских услуг, являются также важным источником валютных поступлений. При анализе воздействия туризма на экономику выделяют его прямое и косвенное влияние на объем и структуру потребления всего комплек-

са услуг. По методике Всемирной Туристской Организации (ЮНВТО) и Всемирного совета по туризму и путешествиям (*Международные рекомендации...*, 2010), прямое влияние туристского потребления и доходов отмечается в секторах сферы услуг, непосредственно связанных с обслуживанием туристов (гостиничные объекты и рестораны, санаторно-оздоровительные и туристские учреждения, туристский транспорт, услуги туристских агентств и бюро, индустрия развлечений и др.). Косвенное влияние туризма охватывает более широкий спектр предприятий, обеспечивающих деятельность специализированных туристских предприятий и занятых в них персонала (табл. 2). По методологии Всемирного Совета по туризму и путешествиям специализированный сектор туристского обслуживания, в узком понимании „индустрия туризма“ (*travel and tourism industry*), формирует прямой вклад в формирование добавленной стоимости сектора услуг и ВВП страны, а с учетом предприятий дополнительного и сопутствующего обслуживания – увеличивает косвенные и индуцированные доходы всего комплекса „туристского хозяйства“ (*travel and tourism economy*) страны в широком смысле (*Tourism Satellite...*, 2016).

Таблица 2. Структурные особенности туристского хозяйства по методологии Всемирного Совета по туризму и путешествиям (WTTC)

Tabela 2. Cechy strukturalne gospodarki turystycznej według metodologii Światowej Rady ds. Turystyki i Podróży (WTTC)

Table 2. Structural features of the tourism economy according to methodology World Council on Tourism and Travel (WTTC)

Вклад туристского сектора в экономику (в ВВП, трудовую занятость населения, экспорт)		
Прямой	Косвенный	Индуцированный
<p><i>Услуги гостеприимства</i> (проживание, питания, транспорта, достопримечательности и развлечения)  <i>Отрасли</i> (гостиницы и рестораны, транспорт, турагентства, розничная торговля, культура, спорт, рекреация)  <i>Источники поступления доходов</i> [расходы резидентов на туризм и поездки, экспорт туруслуг (расходы нерезидентов), расходы резидентов на деловые поездки, индивидуальные государственные расходы]</p>	<p><i>Инвестиции в туристский сектор</i>  <i>Коллективные государственные расходы</i>  <i>Внутренние поставки и закупки</i></p>	<p><i>Материально-техническое снабжение</i> специализированных туристских предприятий  <i>Товары и услуги жизнедеятельности</i> работников занятых в туризме (продовольствие, напитки, одежда, жилищные услуги и хозяйственные товары)</p>

Составлено по данным Всемирного Совета по туризму и путешествиям: <https://www.wttc.org>.

Opracowano na podstawie danych Światowej Rady ds. Turystyki i Podróży: <https://www.wttc.org>.

Based on data of World Travel and Tourism Council – WTTC: <https://www.wttc.org>.

Таким образом, преимущества введения Вспомогательного Счета Туризма (ВСТ) заключаются в первую очередь в том, что позволяет комплексно оценить экономическое значение туристической отрасли в экономике страны, получить достоверные данные о совокупном вкладе туризма в формирование ВВП отдельной страны и в мировую экономику в целом. Комплексный характер и объективность оценок позволяет усилить инвестиционную привлекательность туристской отрасли и сделать ее реальным драйвером национальной экономики. Внедрение ВСТ как международной системы учета позволяет повысить имидж страны, обеспечить её полноценное участие в международных рейтингах и обзорах, что повышает узнаваемость и ценность страны, как привлекательной дестинации для развития туризма (Отчет по результатам..., 2012, с. 12).

Рассчитанный по методике Всемирного совета по туризму и путешествиям вклад туристского сектора в экономику Беларуси оценивался в 2017 г. в 2,2 млрд. долл. (2,0% совокупного ВВП) в форме доходов от прямого туристского потребления и 3,4 млрд. долл. (6,2% ВВП) от совокупных поступлений прямого, косвенного и индуцированного потребления всего туристского хозяйства (табл. 3). Экспорт туристских услуг (обслуживание иностранных туристов в Беларуси) составлял около 1,1 млрд. долл. (3,0% объема всего экспорта. При этом размеры прямой трудовой занятости в туристском секторе оценивались в 2017 г. в 85,9 тыс. чел. (1,9%), а общей занятости в туристском хозяйстве в 259,2 тыс. чел. (5,8%).

Таблица 3. Туристский сектор Беларуси в социально-экономическом комплексе страны (2012–2017 гг.)  
Tabela 3. Sektor turystyczny Białorusi w kompleksie społeczno-gospodarczym kraju (2012–2017)  
Table 3. Table 3. Belarus's tourism sector in the socio-economic complex of the country (2012–2017)

Спецификация	2012		2014	2016	2017		Индекс, BLR/USD 2017/2012, %
	млрд. руб.	млрд. долл.*	млрд. руб.	млрд. руб.	млрд. руб.	млрд. долл.*	
<b>А. Прямые туристские доходы и поступления в ВВП (2+3)</b>	<b>1,8</b>	<b>2,1</b>	<b>1,8</b>	<b>2,3</b>	<b>2,2</b>	<b>1,1</b>	<b>122/52</b>
1а. Внутреннее туристское потребление	3,4	4,1	4,1	5,1	5,2	2,7	153/66
1б. Экспорт туристских услуг	1,6	1,9	1,8	2,3	2,1	1,1	131/58
2.Общее внутреннее прямое туристское потребление (1а+1б)	5,1	6,1	5,9	7,4	7,3	3,8	143/62
3. Импорт туруслуг (расходы турагенств и потребителей за границей, включая ввоз товаров)	-3,2	-3,8	-4,1	-5,2	-5,1	-2,6	159/68
<b>4. Косвенные и индуцированные туристские поступления</b>	<b>4,7</b>	<b>5,6</b>	<b>4,1</b>	<b>4,7</b>	<b>4,5</b>	<b>2,3</b>	<b>96/41</b>
4а. Внутренние поставки	3,0	3,6	2,9	3,7	3,6	1,8	120/50
4б. Капитальные вложения	0,7	0,8	0,6	0,5	0,6	0,3	86/38
4в. Государственные расходы	0,1	0,1	0,1	0,2	0,1	0,05	100/50
4г. Импорт товаров	-0,1	-0,1	-0,5	-0,8	-1,0	-0,5	10/5 раз
5. Индуцированные поступления	1,0	1,4	1,0	1,1	1,2	0,6	120/43
<b>Б. Общие доходы и поступления туристского сектора в ВВП</b>	<b>6,5</b>	<b>7,7</b>	<b>6,0</b>	<b>7,0</b>	<b>6,7</b>	<b>3,4</b>	<b>103/44</b>

Составлено по данным Всемирного Совета по туризму и путешествиям: <https://www.wttc.org/-/media/files/reports/economic-impact-research/countries-2018/belarus2018.pdf> – дата доступа 20.04.2018

Opracowano na podstawie danych Światowej Rady ds. Turystyki i Podróży: <https://www.wttc.org/-/media/files/reports/economic-impact-research/countries-2018/belarus2018.pdf> – data dostępu 20.04.2018

Based on data of World Travel and Tourism Council – WTTTC: <https://www.wttc.org/-/media/files/reports/economic-impact-research/countries-2018/belarus2018.pdf> – 20.04.2018

\* По средневзвешенному курсу белорусского рубля установленного Нацбанком РБ за 2012 ( 8 369,71 BLR) и 2017 год (1.9234 BLR за 1 USD с учетом деноминации)



Анализ динамики основных параметров туристского потребления Беларуси за последние 5 лет (2012–2017) показывает, что несмотря на рост доходов туристского хозяйства от прямого потребления услуг „индустрии туризма“ (122%) общие доходы туристского хозяйства выросли незначительно (103%) вследствие снижения косвенных и индуцированных поступлений (96% в 2017 г. к уровню 2012 г.). Внутренне туристское потребление выросло несколько больше (153%), чем экспорт туристских услуг (131%), однако обе статьи уступают опережающему росту импорта туристских услуг – 159% (табл. 3). Однако, если рассматривать динамику доходов туристского комплекса Беларуси в валютном измерении по средневзвешенному годовому курсу Национального банка РБ то налицо не столько стагнация, сколько почти двукратное падение доходов от туристского обслуживания в последний 5-летний период. Это является прямым следствием девальвации белорусского рубля в 2011 году,

а также сокращения туристского потребления, как населением Беларуси, так и соседних рынков (Россия) вследствие экономической стагнации на рынке Евразийского Экономического Союза после введения с 2014 г. экономических санкций западными странами против России и разгоревшимся конфликтом на юго-востоке Украины.

Следует отметить, что Беларусь несколько опережает все соседние страны СНГ по величине вклада как туристского сектора („индустрии туризма“), так и всего туристского хозяйства в ВВП (табл. 4), уступая в показателях доли туристских поступлений в экспорте и инвестициях в туристское хозяйство. Однако, по основным показателям её опережают как страны Балтии, так и сравнимые по демографическому и экономическому потенциалу страны Центральной Европы (Чехия, Венгрия) в большей степени вовлеченные в мирохозяйственные процессы глобализации.

Таблица 4. Показатели значения туристского обслуживания в хозяйственном комплексе Беларуси и соседних стран (2017 г., %)

Tabela. 4. Wskaźniki wartości usług turystycznych w kompleksie gospodarczym Białorusi i krajów sąsiednich (2017, %)

Table. 4. Indicators of the value of tourist services in the economic complex of Belarus and neighbouring countries (2017, %)

Страны	Туристский сектор в ВВП	Туристское хозяйство в ВВП	Туризм в экспорте	Инвестиции в туристское хозяйство	Занятость в туристском секторе	Занятость в туристском хозяйстве
Беларусь	2,0	6,2	3,0	1,9	1,9	5,8
Россия	1,2	4,8	3,6	2,0	1,2	4,5
Украина	1,5	5,7	3,3	1,9	1,4	5,1
Молдавия	1,0	3,3	9,1	2,2	0,8	2,9
Литва	1,8	4,9	4,0	3,2	1,8	4,8
Латвия	4,2	9,2	7,1	6,3	4,2	8,9
Эстония	3,8	15,4	10,2	7,4	4,0	15,3
Польша	1,9	4,5	4,6	3,0	2,0	4,5
Чехия	2,6	6,8	4,2	3,6	4,4	9,4
Словакия	2,6	6,3	3,0	4,0	2,7	6,1
Венгрия	2,4	8,0	5,6	4,5	3,5	7,3
<b>Европа</b>	<b>2,5</b>	<b>8,1</b>	<b>7,1</b>	<b>4,4</b>	<b>1,8</b>	<b>6,5</b>
<b>ЕС-28</b>	<b>3,9</b>	<b>10,3</b>	<b>5,8</b>	<b>5,1</b>	<b>5,1</b>	<b>11,7</b>
<b>Мир</b>	<b>3,2</b>	<b>10,4</b>	<b>6,5</b>	<b>4,5</b>	<b>3,8</b>	<b>9,9</b>

\*Составлено по данным Всемирного Совета по туризму и путешествиям: <https://www.wttc.org/-/media/files/reports/economic-impact-research/countries-2018.pdf> – дата 4.05.2018

Opracowano na podstawie danych Światowej Rady ds. Turystyki i Podróży: <https://www.wttc.org/-/media/files/reports/economic-impact-research/countries-2018.pdf> – data dostępu 4.05.2018

Based on data of World Travel and Tourism Council – WTTTC: <https://www.wttc.org/-/media/files/reports/economic-impact-research/countries-2018.pdf> – 4.05.2018

Такие различия, в определенной мере, объясняются экономической моделью, применяемой для анализа взаимосвязей суботраслей туристского хозяйства. В странах СНГ заметно более низкое значение вклада прямого туристского потребления в ВВП (25–33%), тогда как в странах с более развитой индустрией туризма он достигает 33–45% (Чехия, Польша). Вследствие этого в странах СНГ большую роль играет косвенное потребление услуг сопутствующих отраслей (более 50%), которое в центрально-европейских и балтийских странах играет меньшее значение (табл. 5). Заметно также отставание Беларуси в доле поступлений от непосредственно турист-

ских услуг в сфере отдыха, при большем удельном весе деловых поездок. Это определяется слабым развитием сегмента экспорта туристских услуг Беларуси при обслуживании иностранцев (менее 30%), доходы от которого в соседних странах достигают 60–70% вклада туристского хозяйства в ВВП. На долю внутреннего потребления в странах СНГ приходится 66–75% общего вклада туристского хозяйства в ВВП, что в условиях стагнации внутреннего рынка и доходов населения ведет к абсолютному снижению туристских поступлений. Такую ситуацию мы и наблюдаем в Беларуси в последние пять лет (табл. 3).

Таблица 5. Структурные особенности туристского потребления и его вклада в ВВП Беларуси и соседних стран (2017 г., %)

Tabela 5. Cechy strukturalne konsumpcji turystycznej i jej udział w PKB Białorusi i krajów sąsiednich (2017, %)

Table 5. Structural features of tourist consumption and its share in the GDP of Belarus and neighbouring countries (2017, %)

Страны	Вклад туризма в ВВП			Поступления в сфере		Расходы	
	Прямой	Косвенный	Индукцированный	Свободного времени, отдыха	Деловых поездок	Иностранцев	Внутренних потребителей
Беларусь	32,6	50,2	17,2	68,0	32,0	28,6	71,4
Россия	25,6	52,9	21,5	80,5	19,5	25,6	74,4
Украина	26,9	56,5	16,6	89,4	10,6	33,5	66,5
Молдавия	29,2	53,2	17,5	55,0	45,0	61,3	38,7
Литва	36,9	47,1	16,0	77,7	22,3	55,2	44,8
Латвия	45,6	37,0	17,3	85,1	14,9	58,4	41,6
Эстония	24,7	58,9	16,4	76,3	23,7	74,2	25,8
Польша	42,5	39,4	18,1	70,6	29,4	70,2	29,8
Чехия	33,3	50,9	15,8	83,0	17,0	59,8	40,2
Словакия	40,5	44,8	14,7	70,4	29,6	50,7	49,3
Венгрия	30,3	54,4	15,3	91,2	8,8	73,2	26,8
<b>Европа</b>	<b>36,2</b>	<b>44,4</b>	<b>19,4</b>	<b>77,8</b>	<b>22,2</b>	<b>32,9</b>	<b>67,1</b>
<b>ЕС-28</b>	<b>37,2</b>	<b>43,4</b>	<b>19,3</b>	<b>77,1</b>	<b>22,9</b>	<b>31,4</b>	<b>68,6</b>
<b>Мир</b>	<b>31,1</b>	<b>51,6</b>	<b>17,3</b>	<b>77,5</b>	<b>22,5</b>	<b>27,3</b>	<b>72,7</b>

\*Составлено по данным Всемирного Совета по туризму и путешествиям: <https://www.wttc.org/-/media/files/reports/economic-impact-research/countries-2018.pdf> – дата доступа 4.05.2018

Opracowano na podstawie danych Światowej Rady ds. Turystyki i Podróży: <https://www.wttc.org/-/media/files/reports/economic-impact-research/countries-2018.pdf> – data dostępu 4.05.2018

Based on data of World Travel and Tourism Council – WTTC: <https://www.wttc.org/-/media/files/reports/economic-impact-research/countries-2018.pdf> – 4.05.2018

С использованием показателей доли туристского сектора (индустрии туризма) и всего туристского хозяйства в формировании ВВП, а также сложившейся динамики и прогнозных темпов роста по отношению к среднеевропейскому уровню, можно определить типы стран по характеру рыночной динамики в ближайшей перспективе.

Всю совокупность двадцати стран региона Центрально-Восточной Европы по принятым критериям можно разделить на четыре группы (табл. 6). По уровню рыночной динамики специализированного туристского сектора и его роли в ВВП половина стран имеют показатели вклада индустрии туризма в ВВП выше среднеевропейского уровня (2,5% в 2017 г.). При этом

группу лидеров с более высоким вкладом туристского сектора в ВВП и более высокими темпами динамики в 2018–2028 гг., превышающими среднеевропейский уровень (3,4%), составляют балканские страны с выходом к Адриатическому морю, две балтийские страны и Болгария с выходом к Черному морю. Чешская Республика и Венгрия при высоком удельном весе туристского сектора в формировании ВВП, имеет меньшие прогнозируемые темпы роста, что характерно и для других соседних стран (Австрия, ФРГ), где отрасли постиндустриальной экономики имеют больший вклад в создание ВВП и доходы от экспорта. В группу стран с уровнем вклада туристского сектора в ВВП ниже среднеевропейского, но более высокими темпами роста, входят относительно крупные туристские страны (Польша, Сербия), где реформированный ту-

ристский сектор еще не занял высоких позиций в общей экономике, а экономическую динамику обеспечивают другие отрасли. В последней группе аутсайдеров, как с низким уровнем вклада туристского сектора в ВВП, так и невысокой динамикой, уступающей среднеевропейскому показателю, оказались страны СНГ (вместе с Беларусью), а также и Румыния. Положение Беларуси объясняется как структурными особенностями туристского потребления, отмеченными выше, так и экономической стагнацией при незавершенности структурных рыночных реформ. Положение Румынии в этой группе обусловлено скорее общей конъюнктурой на туристском рынке Европы и особенностями традиционного туристского продукта страны, спрос на который подвержен колебаниям.

Таблица 6. Типология стран Центрально-Восточной Европы по уровню рыночной динамики туристского сектора (*travel and tourism industry*) (2017)

Tabela 6. Typologia krajów Europy Środkowo-Wschodniej pod względem rynkowej dynamiki sektora turystycznego (2017)

Table 6. Typology of Central and East European countries in terms of market dynamics of the travel and tourism industry (2017)

Доля туристского сектора в формировании ВВП, 2017 г., % (Европа – 2,5%)	Прогнозируемые темпы роста туристского сектора в 2018–2028 гг. (среднеевропейский – 3,4 %)	
	> 3,4	< 3,0
> 2,4%	Хорватия (10,9/4,4) Черногория (11,0/4,2) Албания (8,5/4,7) Латвия (4,2/4,1) Эстония (3,8/4,0) Болгария (3,1/3,8) Словения (3,3/4,1) Словакия (2,6/3,7) Босния и Герцеговина (2,6/5,3)	Чешская Республика (2,6/1,8) Венгрия (2,4/2,1)
< 2,3%	Сербия (2,3/4,8) Польша (1,9/4,7) Литва (1,8/3,6) Македония (1,8/3,6) Молдавия (1,0/5,2)	Беларусь (2,0/2,1) Румыния (1,4/2,1) Украина (1,5/2,7) Россия (1,2/2,8)

Составлено автором на основе данных WTTC  
Opracowanie własne na podstawie danych WTTC  
Based on data of WTTC

Положение стран ЦВЕ по показателям рыночной динамики всего туристского хозяйства не отличается сильными изменениями в составе групп, что объясняется взаимосвязанностью основных параметров применяемой экономической модели (табл. 7). В группе стран-лиде-

ров наиболее высоким вкладом в формирование ВВП, при высокой прогнозируемой динамике, выделяются Хорватия, Черногория, Албания (24–26% доходов туристского хозяйства в ВВП), а в остальных странах указанный показатель составляет 10–15%. К группе стран с уровнем

вклада туристского хозяйства в ВВП ниже среднеевропейского, но более высокими темпами прогнозируемого роста, присоединилась Словакия, а Польша и Сербия остаются в данной группе, где необходимо наращивать потребление услуг всего туристского хозяйства для повышения его роли в формировании ВВП (при до-

стигнутым уровне 4–6%). В группе аутсайдеров Беларусь закрепились вместе с соседними странами СНГ (Россия, Украина), что обусловлено низкими темпами прогнозируемого роста (при близости показателя доли туристского хозяйства в ВВП к странам предыдущей группы).

Таблица 7. Типология стран Центрально-Восточной Европы по уровню рыночной динамики туристского хозяйства (*travel and tourism economy*) (2017)

Tabela 7. Typologia krajów Europy Środkowo-Wschodniej pod względem rynkowej dynamiki gospodarki turystycznej (2017)

Table. 7. Typology of Central and East European countries in terms of market dynamics of the travel and tourism economy (2017)

Доля туристского хозяйства в формировании ВВП 2017 г., % (Европа – 8,1%)	Прогнозируемые темпы роста туристского хозяйства в 2018–2028 гг. (среднеевропейский 3,2 %)	
	> 3,2	< 3,1
> 7,8 %	Хорватия (25,0/4,1) Черногория (23,7/3,9) Албания (26,2/4,7) Эстония (15,4/3,8) Латвия (9,2/4,1) Болгария (11,5/3,6) Словения (11,9/4,2) Босния и Герцеговина (9,6/5,4)	Венгрия (8,0/1,7) Чешская Республика (7,8/1,6)
< 7,0 %	Сербия (6,7/4,4) Польша (4,5/4,5) Словакия (6,3/3,4) Литва (4,9/3,4) Македония (6,6/3,9) Молдавия (3,3/4,9)	Беларусь (6,2/2,2) Румыния (5,3/1,8) Украина (5,7/3,0) Россия (4,8/2,6)

Составлено автором на основе данных WTTC  
Opracowanie własne na podstawie danych WTTC  
Based on data of WTTC

Таким образом, как видно из приведенного анализа, Беларусь не располагая абсолютными преимуществами в производстве туристского продукта и имея ограниченный перечень сравнительных преимуществ (транзитное положение на евразийском рынке, самобытная культура на цивилизационном стыке востока и запада, уникальный природный потенциал в отдельных сегментах лечебного и экологического туризма) должна удвоить вклад индустрии туризма (до 4%) и всего туристского хозяйства в формировании ВВП (до 8–10%) в ближайшие десять лет, чтобы стать активной значимой туристской дестинацией на европейском рынке. Такая за-

дача не может быть решена только точечными усилиями одного туристского сектора, а требует не только широкого комплексного подхода всего макроэкономического уклада страны и системы мер как по расширению роли Беларуси в мирохозяйственных интеграционных процессах, но и повышения доходов населения с изменением структуры их расходов. Расходы населения на текущее потребление и обеспечение жизнедеятельности не должны составлять 60–70% у всех основных социальных групп (например, расходы на питание в домашних хозяйствах Беларуси в 2016 г. составляли 41,5%, оплата услуг – 23,6%), поскольку фонд свободного

потребления (где аккумулируются средства на туристские расходы) складывается при уровне 30–40% затрат домашних хозяйств на текущее потребление.

## ТЕРРИТОРИАЛЬНЫЕ ОСОБЕННОСТИ ПРОСТРАНСТВЕННОЙ СТРУКТУРЫ ТУРИСТСКОГО КОМПЛЕКСА БЕЛАРУСИ

Анализ тенденций развития мирового и региональных рынков туристского сервиса позволил раскрыть тенденции влияния туристского обмена на формирование платежного баланса, динамику туристских потоков и роль туризма в экономическом развитии разных стран, что нашло отражение в развитии нового геоэкономического подхода к анализу туристского рынка (ПИРОЖНИК, 1996; ТАРАСЕНОК, 2015). С новых позиций рыночного хозяйствования в туристском секторе исследованы ключевые элементы туристского предложения Беларуси: лечебно-санаторный туризм, культурный и событийный туризм, агротуризм, трансграничные туристские связи и другие сегменты туристского рынка (ПИРОЖНИК, 2015б; PIROZHNIK, 2008, 2014, 2015, 2016; ТАРАСЕНОК, 2016; ТРАСКЕВИЧ, 2015).

Для повышения эффективности региональной политики и динамичного развития сегментов туристского рынка, на основе системного и пространственно-функционального подходов рекреационной географии, следует расширить анализ тенденций освоения рекреационного потенциала и формирования туристских районов. В практике регионального развития это позволит более полно определять уровень развития и ранг туристских функций различных центров и местностей, характер рекреационной специализации различных регионов в условиях территориального разделения труда и расширения процессов интеграции субъектов туристского рынка. Рекреационно-туристский район, выступает основным объектом пространственно-функционального анализа и представляется как система, состоящая из двух структурных элементов – территориальной рекреационной системы (ТРС) и окружающего её социально-экономического и географического пространства, обеспечивающего эффективное функционирование всего рекреационно-обслуживающего комплекса (ПИРОЖНИК, 2015а; PIROZHNIK, 2017).

С учетом степени развития рекреационных функций, роли туристского обслуживания в социально-обслуживающем комплексе, территориальной значимости туристских функций и интенсивности развития отдельных элементов туристского хозяйства, может разрабатываться характеристика функциональных типов районов. Это создаст необходимую базу для разработки основных направлений региональной политики, путей сотрудничества районов различного профиля, определения первоочередных районов освоения и инвестирования в условиях реструктуризации туристского пространства в рыночных условиях (ПИРОЖНИК, 2017). Следует учитывать, что активизация туристского рынка требует регионализации туристского продукта с использованием природного и культурного потенциала регионов для показа их своеобразия и отхода от однотипных продуктов с доминированием только природных брендов (ДОНСКИХ, 2011).

В условиях трансформации социально-экономического уклада туристский сектор Беларуси после стагнации в 1990-х годах постепенно активизируется (в первую очередь внутренний сегмент туристского рынка и международный обмен). Удельный вес туристских услуг в общем объеме денежных расходов домашних хозяйств Беларуси снизился с 6,1% в 2013 г. до 3,0% в 2016 году, но превышал долю санаторно-курортных (сократились с 1,2% до 0,9% в 2013–2016 гг.), что связано с экономической стагнацией и уменьшением объема социальных дотаций на санаторно-курортное лечение. При этом распределение общего объема расходов на санаторно-оздоровительные и туристско-экскурсионные услуги по 20-процентным группам домашних хозяйств показывает, что на пятую группу, с наибольшими располагаемыми ресурсами, в 2016 году приходилось по 64% всех расходов (Туризм..., 2017, с. 80).

Общий объем туристских потоков, зарегистрированных в объектах туристской инфраструктуры Беларуси в 2016 г., составил свыше 2,7 млн. человек и увеличился по сравнению с 2010 г. на 112,2%. При этом среднегодовой прирост не превышал 2%, что несколько уступает средними тенденциям роста туристского рынка (табл. 8). Почти 2/3 туристов в коллективных объектах размещения составляли граждане Беларуси, а около 1/3 – иностранные туристы, чи-

сленность которых превысила 1 млн. чел. При этом иностранные туристы из стран СНГ составляли 35,1% в гостиничных объектах и 23,4% всего потока в санаторно-оздоровительных. Удельный вес иностранных туристов из стран дальнего зарубежья в гостиницах был значительно выше (около 13%), чем в санаторно-оздоровительных объектах (1,5%). Вследствие стагнации отдельных сегментов российского рынка, после вве-

дения экономических ограничений с 2014 г. западными странами, несколько снизилась активность прибытий российских туристов на отдых в Беларусь, что привело к снижению объемов туристского обслуживания. Сократился также въезд зарубежных посетителей нерезидентов в 2016 г. по сравнению с 2010 г. на 24%, а зарубежных поездок граждан Беларуси на 7% за указанный период.

Таблица 8. Динамика численности туристов в коллективных объектах размещения Беларуси (тыс. чел.)

Tabela 8. Dynamika liczby turystów w obiektach zbiorowego zakwaterowania na Białorusi (tys. osób)

Table. 8. Dynamics of the number of tourists in collective accommodation facilities in Belarus (thousands of people)

Спецификация	2000	2010	2013	2016	Региональная структура		
					РБ	Страны СНГ	Дальнее зарубежье
Всего туристов в объектах размещения	2 017,8	2 461,6	2 910,3	2 761,7	1 728,3	799,7	233,7
Гостиничные объекты	1 447,2	1 631,8	1 805,1	1 698,2	884,9	596,0	217,3
Санаторно-оздоровительные	570,6	710,6	833,5	761,7	572,0	178,5	11,2
Агротуристские усадьбы	-	119,2	271,7	301,8	271,4	25,2	5,2

Составлено по – zestawiono wg – based on data of: Туризм..., 2017

Туристский рынок Беларуси отличается дифференцированной территориальной структурой, в которой доминируют Минский столичный регион, а также наиболее освоенный Молодечненско-Нарочанский курортно-оздоровительный и приграничные Брестский и Гродненский микрорайоны. Микрорайоны восточной части (Витебский, Могилевский, Гомельский), возглавляемые крупными областными центрами, располагают относительно меньшим коечным фондом, сопоставимым с микрорайонами, имеющими значительный рекреационный потенциал и ведомственную санаторно-оздоровительную базу (Полоцкий, Жлобинский – курорт Рогачев) (табл. 9). С учетом стадильности формирования рекреационно-туристского пространства и ключевых признаков его территориальной структуры, выделяются характерные типы территориальной структуры на каждой стадии развития выделенных микрорайонов (ПИРОЖНИК, 2015а, 2017; табл. 10, рис. 2). Следует учитывать, что в районах с неразвитой террито-

риальной структурой до достижения определенного уровня её зрелости затруднено формирование кластерных структур туристского рынка.

Для оценки уровня развития туристского обслуживания в регионах можно применить индекс развития сектора туристских услуг ( $W_t$ ), который выражается отношением (ПИРОЖНИК, 2017, с. 48):

$$W_t = Q / \sqrt{S \times L}$$

где  $Q$  – годовой объем туристских услуг, оказанный в объектах туристской инфраструктуры (млн. долл.),  $S$  – площадь (тыс. кв. км), а  $L$  – численность населения (тыс. чел.) микрорайона.

Таблица 9. Региональная структура инфраструктуры и туристских потоков в рекреационных микрорайонах Беларуси (2016 г.) (составлено по: Туризм..., 2017)

Tabela 9. Struktura regionalna infrastruktury i ruchu turystycznego w mikroregionach rekreacyjnych Białorusi (2016) (zestawiono wg: Туризм..., 2017)

Table 9. Regional structure of infrastructure and tourist traffic in recreational micro-regions of Belarus (2016) (based on data of: Туризм..., 2017)

Регионы/микрорайоны	Туристская инфраструктура		Туристские потоки		Туристские ночлеги	
	тыс. мест	%	тыс. чел.	%	тыс. койко-дней	%
<b>Северный</b>	<b>12,8</b>	<b>15,0</b>	<b>304,5</b>	<b>12,4</b>	<b>1 449,6</b>	<b>12,0</b>
Витебский	4,3	5,1	114,8	4,8	361,7	3,0
Глубокский	2,4	2,8	45,4	1,9	256,3	2,1
Оршанский	1,1	1,3	35,5	1,4	133,9	1,1
Полоцкий	5,0	5,8	104,6	4,3	697,7	5,8
<b>Центральный</b>	<b>36,8</b>	<b>42,9</b>	<b>1 139,7</b>	<b>46,3</b>	<b>5 294,4</b>	<b>44,0</b>
Минский	21,1	24,6	850,1	34,6	2809,4	23,3
Молодечненско-Нарочанский	11,0	12,8	189,4	7,7	1701,3	14,1
Борисовский	1,9	2,2	29,2	1,2	185,6	1,6
Слуцкий	2,8	3,3	71,0	2,8	598,1	5,0
<b>Юго-Восточный</b>	<b>17,7</b>	<b>20,6</b>	<b>445,6</b>	<b>18,1</b>	<b>2 621,8</b>	<b>21,8</b>
Гомельский	5,0	5,8	151,1	6,1	753,2	6,3
Жлобинский	3,0	3,5	59,3	2,3	642,1	5,3
Житковичский	1,0	1,2	20,6	0,8	143,1	1,2
Мозырский	1,9	2,2	38,8	1,7	291,4	2,4
Могилевский	3,9	4,5	107,2	4,4	403,8	3,5
Бобруйский	2,5	2,9	53,2	2,2	350,5	2,9
Кричевский	0,4	0,5	15,4	0,6	37,7	0,3
<b>Западный</b>	<b>18,4</b>	<b>21,5</b>	<b>570,1</b>	<b>23,2</b>	<b>2 674,3</b>	<b>22,2</b>
Брестский	7,4	8,6	262,9	10,7	1 133,6	9,4
Барановичский	1,6	1,9	44,4	1,8	211,7	1,8
Пинский	2,6	3,0	53,2	2,2	348,3	2,9
Гродненский	4,6	5,4	138,3	5,6	592,7	4,9
Лидский	2,2	2,6	71,3	2,9	388,0	3,2
<b>Беларусь</b>	<b>85,7</b>	<b>100,0</b>	<b>2 459,9</b>	<b>100,0</b>	<b>12 040,1</b>	<b>100,0</b>

Таблица 10. Стадии развития территориальной структуры рекреационных микрорайонов (по: PIROZHNIK, 2008; ПИРОЖНИК, 2015a)

Tabela 10. Etapy rozwoju struktury terytorialnej mikroregionów rekreacyjnych (wg: PIROZHNIK, 2008; ПИРОЖНИК, 2015a)

Table 10. Stages of development of the territorial structure of recreational microregions (after: PIROZHNIK, 2008; ПИРОЖНИК, 2015a)

Стадии развития территориальной структуры	Интенсивность туристских потоков	Ранг туристских функций	Тип территориальной структуры	Туристские микрорайоны
Зарождения	Стагнация	Сопутствующая	Точечная	Барановичский, Пинский, Глубокский, Оршанский, Житковичский, Лидский, Мозырский, Борисовский, Кричевский
Становления	Экстенсивный сезонный рост	Дополнительная	Очаговая	Полоцкий, Бобруйский, Жлобинский, Слуцкий,
Развития	Интенсивная динамика	Профилирующая	Линейно-узловая	Брестский, Витебский, Гомельский, Гродненский, Могилевский, Молодечненско-Нарочанский
Консолидации	Устойчивый рост	Ведущая	Зонально-сетевая	Минский



1) brzeski, 2) baranowicki, 3) piński, 4) witebski, 5) głębocki, 6) orszański, 7) połocki, 8) homelski, 9) żytkowicki, 10) żłobiński, 11) mozyrski, 12) grodzieński, 13) lidzki, 14) miński, 15) borysowski, 16) młodzieczański, 17) słucki, 18) mohylewski, 19) bobrujski, 20) kryczewski

Fig. 2. Types of territorial structure of the recreation and tourism space in microregions:  
a – zone-network, b – node-line, c – focal point, d – point; 1–20 – microregions

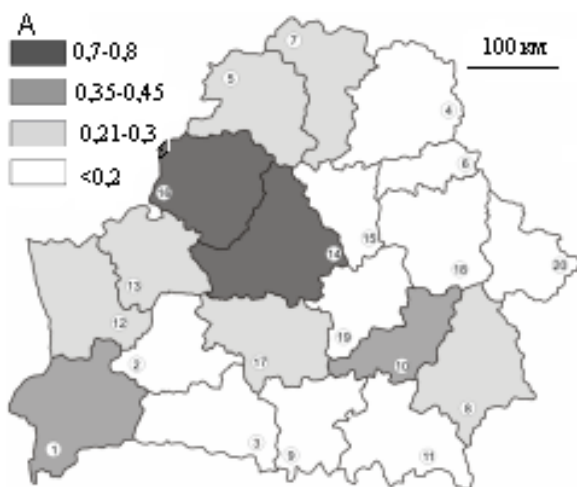
Рис. 2. Типы территориальной структуры рекреационно-туристского пространства в микро-районах:

a – зонально-сетевая, b – линейно-узловая, c – очаговая, d – точечная; 1–20 микрорегионы:  
1) Брестский, 2) Барановичский, 3) Пинский, 4) Витебский, 5) Глубокский, 6) Оршанский, 7) Полоцкий, 8) Гомельский, 9) Житковичский, 10) Жлобинский, 11) Мозырский, 12) Гродненский, 13) Лидский, 14) Минский, 15) Борисовский, 16) Молодечненский, 17) Слуцкий, 18) Могилевский, 19) Бобруйский, 20) Кричевский

Rys. 2. Rodzaje struktury terytorialnej przestrzeni rekreacyjno-turystycznej w mikroregionach:  
a – strefowo-sieciowa, b – węzłowo-liniowa, c – ogniskowa, d – punktowa; 1–20 – mikroregiony:

Полученные результаты (рис. 3) отражают значительные региональные различия при которых наиболее высокий уровень развития туристского сектора сложился в столичном Минском и Молодечненско-Нарочанском, а также

приграничных Брестском и Гродненском микро-районах. В микрорайонах северо-западной части страны, располагающих значительным фондом рекреационных ресурсов (национальные парки и местные курорты) и туристской ин-



фраструктуры (Полоцкий, Глубокский), а также единичных микрорайонах юго-восточной части (Гомельский, Жлобинский) с курортными местностями национального и регионального значения (курорты Рогачев, Ченки), показатель развития сектора туристских услуг близок к среднему по стране. Большинство микрорайонов восточной части страны (Витебский, Могилевский, Бобруйский, Борисовский, Оршанский), а также южные полесские (Пинский, Мо-

приграничных Брестском и Гродненском микро-районах. В микрорайонах северо-западной части страны, располагающих значительным фондом рекреационных ресурсов (национальные парки и местные курорты) и туристской ин-

Рис. 3. Интенсивность развития сектора туристских услуг в микрорайонах:  
A – индекс развития по отношению к среднереспубликанскому; 1–20 микрорегионы как на рис. 2

Rys. 3. Intensywność rozwoju sektora usług turystycznych w mikroregionach:  
A – wskaźnik rozwoju w stosunku do przeciętnego krajowego; 1–20 – mikroregiony jak na rys. 2

Fig. 3. Intensity of development of the tourist services sector in microregions:  
A – development indicator in relation to the national average; 1–20 – microregions as in fig. 2

зырский, Житковичский) микрорайоны, имеют показатели индекса развития сектора туристских услуг ниже среднего по стране, вследствие как значительного демографического потенциала крупных городов в восточной части, так и неразвитости туристской инфраструктуры в южных микрорайонах, что обуславливает более низкие показатели индекса развития туристских услуг.



Для обеспечения конкурентоспособности Беларуси как аттрактивной дестинации, использование только маркетинговых инструментов продвижения на внешних рынках недостаточно. Необходимо создание развитого регионального турпродукта в основных туристских районах, что может быть обеспечено путем более широкого внедрения технологии создания туристских кластеров (НИКИТЮК, 2013; ПИРОЖНИК, 2016; ТАРАСЕНОК, 2016). При этом следует учитывать, что туристский кластер не только группа предприятий туристского комплекса, объединенная технологическим процессом обслуживания посетителей дестинации и участвующая в формировании единого туристского продукта, потребляемого туристами. Это более широкая региональная система территориальной организации туристского спроса и потребления, которая образована связями туристских предприятий и сопряженных с ними отраслей в местах их географической концентрации, с локальным центром формирования туристского спроса, функциями территориального управления, подготовки кадров и распространения инноваций (НИКИТЮК, 2014).

В Беларуси создание кластеров происходит наиболее активно в секторе агротуризма, что обусловлено как либеральной государственной политикой в данной сфере, так и вовлеченностью в бизнес мотивированных игроков предпринимательской деятельности. Для активизации практики создания туристских кластеров необходимо стимулировать местные региональные инициативы по их созданию на основе кооперации, самоорганизации и государственно-частного партнерства. Опыт создания сети региональных кластеров в сфере агротуризма, в ходе реализации международного проекта USAID/UNDP „Местное предпринимательство и экономическое развитие”, в рамках которого было сформировано 17 региональных дестинаций в Брестской и Гродненской областях, показал их высокую рыночную эффективность. Районы, в которых были созданы кластеры, показали значительный прирост количества агроусадоб за период 2012–2014 гг. в 1,9 раза, числа посетителей агроусадоб в 3,3 раза, а объемов выручки в 2,9 раза (ТАРАСИНАК, 2016б).

## ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Проведенный анализ структурных особенностей туристского продукта Беларуси на основе методологии сателлитного счета туризма позволяет более полно оценить реальный вклад туристского сектора в экономику страны. Отсутствие в национальной статистике комплексной информации о туристских потоках, объемах и структуре туристских расходов, структуре туристского потребления услуг в региональном разрезе затрудняет региональное прогнозирование объема и структуры туристского рынка, что сказывается на низкой эффективности региональной туристской политики. Для устранения этих противоречий необходимо ускорить переход системы управления и статистики национального туристского комплекса на методологическую основу Всемирной Туристской Организации и европейских стран. Для развития туристского хозяйства необходимо привлечение в страну туристских потоков, которые формируются на всем евразийском пространстве и соседних странах региона ЦВЕ, главным образом в странах ЕС. В целях активного выхода на рынок международного туризма в последние годы приняты меры по отмене визового режима для иностранцев при посещении с туристскими целями Беларуси сроком на пять дней через Национальный аэропорт „Минск-2”, а также двух приграничных дестинаций (на 10 дней): г. Гродно и территории туристско-рекреационного парка „Августовский канал” (ПИРОЖНИК, 2016), а также города Бреста и региона Беловежской пушчи, обладающих значительным туристским потенциалом. Первоочередной задачей региональной политики должно стать стимулирование создания регионального турпродукта во всех микрорайонах страны для чего необходимо активизировать развитие государственно-частного партнерства и внедрение механизма кооперации всех локальных субъектов туристского рынка и производителей туристских и сопутствующих услуг. Накопленный опыт Беларуси показывает, что создание кластеров агротуризма, с одной стороны, является фактором развития туристского бизнеса и формирования региональных турпродуктов, а с другой, создает предпосылки для позиционирования Беларуси как аутентичной активной дестинации. Проведение активной региональной туристской политики

обеспечит повышение эффективности и конкурентоспособности туристского комплекса Беларуси, расширит объемы туристского потребления путем удовлетворения потребностей как белорусских, так и иностранных граждан в разнообразных туристских и сопутствующих услугах.

## ЛИТЕРАТУРА

- Вспомогательный счёт туризма: рекомендуемая методологическая основа, 2008. ООН, Нью-Йорк, 2010: 10–22.
- Грибоедова И. А., Машканова Л. С., 2010: Роль туристского сектора в формировании ВВП. Экономика и управление, 4: 54–59.
- Донских С. В., 2011: Культурно-исторические основания регионализации Беларуси как условие развития современного туризма. В: Ивашчанка Н. А. (ред.): Шлях у навуку: зб. навук. арт. ГрДУ, Гродна: 272–277.
- Кабушкин Н. И., Тарасенок А. И., 2016: Наука и образование в сфере туризма и рекреации: становление экономической школы Беларуси. В: Шимов В. Н. (ред.): Науч. тр. Белорус. гос. экон. ун-та, 9. БГЭУ, Минск: 151–157.
- Ковалев М. М., Генералова Н. К., 2014: Развитие белорусского и мирового туризма до 2030 года. Новая экономика, 1: 230–237.
- Кръстев В., 2017: Туристический образ на странствования като индикатор на „мека сила“: геополитическая оценка по примера на България. Проблеми на географията (София), 1–2: 71–82.
- Лобан И. И., Шепелевич С. Н., 2015: Сателлитный счет по туризму: история развития и внедрение в Республике Беларусь. Вестник Белорусской государственной сельскохозяйственной академии. Экономика и экономические науки, 3: 32–38. <https://cyberleninka.ru/article/n/satellitnyy-schet-po-turizmu.-istoriya-razvitiya-i-vnedrenie-v-respublike-belarus> – дата 4.05.2018.
- Международные рекомендации по статистике туризма, 2008 год. Департамент по экономическим и социальным вопросам. Статистический отдел. Мадрид-Нью-Йорк: 2010: 179 с.
- Никитюк Д. В., 2013: Идентификация туристских кластеров (на примере Брестской области). Земля Беларуси, 1: 28–35.
- Никитюк Д. В., 2014: Теоретические основы и международный опыт применения региональных кластеров в сфере туризма. Веснік Брэсцкага ўніверсітэта, серыя 5: хімія. біялогія. навукі аб зямлі, 1: 93–101.
- Отчет по результатам исследования по проблемным вопросам развития внутреннего и международного туризма по теме: „Внедрение вспомогательного счёта туризма в Республике Беларусь“. ЦСБТ САТИО, Минск, 2012: 107 с.
- Пирожник И. И., 1996: Международный туризм в мировом хозяйстве. БГУ, Минск: 15–24.
- Пирожник И. И., 2015а: Стадиальность формирования туристского пространства и региональная структура туристского рынка Беларуси. Туризм и гостеприимство, 2: 38–53.
- Пирожник И. И., 2015б: Туристские миграции в трансграничном регионе как фактор активизации экономического сотрудничества (на примере белорусско-польского пограничья). Проблемы безопасности российского общества, 2: 141–150.
- Пирожник И. И., 2016: Туристские кластеры как форма активизации трансграничного сотрудничества. В: Мажар Л. Ю. (ред.): Туризм и региональное развитие, 9. Универсум, Смоленск: 11–19.
- Пирожник И. И., 2017: Туристско-рекреационное районирование Беларуси. В: Мажар Л. Ю. (ред.): Туризм и региональное развитие, 10. Универсум, Смоленск: 86–94.
- Тарасенок А. И., 2015: Методологические основы геоэкономического механизма обеспечения конкурентоспособности туристской дестинации. Вестник Белорусского государственного экономического университета, 6: 14–22.
- Тарасенок А. И., 2016: Туристический комплекс Республики Беларусь: современные проблемы и новый механизм развития. Белорусский экономический журнал, 1: 109–127.
- Татаринев А., 2005: Субнациональные счёта: проблемы разработки и использование в региональном анализе. ИЭПП, Москв: 163 с.
- Траскевич А. Г., 2015: Конкурентоспособность санаторно-курортного сегмента туристической индустрии. Четыре четверти, Минск: 394 с.
- Туризм и туристические ресурсы в Республике Беларусь. Стат. сб. Ред. И. В. Медведева. Национальный статистический комитет РБ, Минск, 2017: 82 с.
- Anszperger A., 2012: Turystyka i dobrobyt. W: Zagóra-Jonszta U., Pećiak R. (red.): Dokonania współczesnej myśli ekonomicznej. Egzemplifikacja pojęcia dobrobytu. Zeszyty Naukowe Wydziałowe UE w Katowicach, „Studia Ekonomiczne”. Wyd. UE, Katowice: 11–21.
- Bloom Consulting Country Brand Ranking. Tourism Edition, 2017. Madrid: 21–22. [https://www.bloom-konsulting.com/en/pdf/rankings/Bloom\\_Consulting\\_Country\\_Brand\\_Ranking\\_Tourism.pdf](https://www.bloom-konsulting.com/en/pdf/rankings/Bloom_Consulting_Country_Brand_Ranking_Tourism.pdf) – data 5.05.2018.
- Dreher A., 2006: Does Globalization Affect Growth? Empirical Evidence from a New Index of Globalization. Applied Economics, 10: 1091–1110.

- Elcano Global Presence Report, 2017. Madrid Real Instituto Elcano: 64 p. [http://www.globalpresence.realinstitutoelcano.org/en/data/Global\\_Presence\\_2017.pdf](http://www.globalpresence.realinstitutoelcano.org/en/data/Global_Presence_2017.pdf) – data 5.05.2018.
- KOF Globalisation Index: Globalisation Down Worldwide in 2015. ETH Zurich, 2018. KOF Konjunkturforschungsstelle/<https://www.kof.ethz.ch/en/news-and-events/media/press-releases/2018/01/kof-globalisation-index-globalisation-down-worldwide-in-2015.html> – data 5.05.2018.
- Pirozhnik I., 2008: Functional features the recreational space and formation of a tourist product of Belarus. In: Wyrzykowski J. (ed.): Conditions of the foreign tourism development in Central and Eastern Europe. Tourism in geographical environment, 10. University of Wrocław, Wrocław: 121–131.
- Pirozhnik I., 2014: Services of sanatorium and spa treatment in the tourist product of Belarus. In: Marak J., Wyrzykowski J., Szymczak M. (eds): Tourism role in the regional economy, 5. Health, wellness & spa tourism as the regional product – Theory and Practice. University of Business in Wrocław, Wrocław: 224–240.
- Pirozhnik I., 2015: Rozwój usług agroturystycznych na rynku turystycznym Białorusi. Zeszyty Naukowe Uniwersytetu Szczecińskiego, 853, Ekonomiczne problemy turystyki, 2 (30): 87–107.
- Pirozhnik I., 2016: The potential of the cultural and regional tourist product of Belarus. In: Wyrzykowski J., Marak J., Toczek-Werner S. (eds): Tourism Role in the Regional Economy, 6. Cultural tourism as a branded tourism product of cities, towns and regions. Theoretical framework and European examples. Wyższa Szkoła Handlowa, Wrocław: 154–170.
- Pirozhnik I., 2017: Geography of Tourism of the Republic of Belarus. In: Widawski K., Wyrzykowski J. (eds): The Geography of Tourism of Central and Eastern European Countries. Springer International Publishing AG. Cham, Switzerland: 19–70.
- Semmerling A., 2017: Udział turystyki zagranicznej w rozwoju gospodarczym wybranych krajów Europy Wschodniej. Zeszyty Naukowe. Turystyka i Rekreacja (Wyższa Szkoła Turystyki i Języków Obcych), 1(19): 7–25.
- Swadźba S., 2017: Globalizacja oraz zmiany jej poziomu. Studia i Prace WNEIZ US, 50/2: 153–162; DOI: 10.18276/sip.2017.50/2-12
- Tarasionak A., 2016a: Geo-economic position of Belarus as a tourist destination. Journal of Geography, Politics and Society, 6(4): 15–26. DOI 10.4467/24512249JG.16.023.5810 <http://www.ejournals.eu/JGPS/Volume-6/Issue-4/> – data 09.05.2018
- Tarasionak A., 2016b: Дестинация Беларусь: геоэкономическое положение, инструменты продвижения, кластеры сельского туризма. W: Kozłowski L., Gierańczyk W. (red.): Gospodarka turystyczna w Europie Środkowej i Wschodniej. Wybrane problemy rozwoju. PTG OT – KGPiT WNoZ UMK, Toruń, Wyd. UMK w Toruniu, PTG Oddział w Toruniu, Toruń: 43–55.
- The Travel & Tourism Competitiveness Report 2017. World Economic Forum, Geneva 2017: 387 p. [http://www3.weforum.org/docs/WEF\\_TTCR\\_2017\\_web\\_0401.pdf](http://www3.weforum.org/docs/WEF_TTCR_2017_web_0401.pdf) – data 5.05.2017 tab.: 33–34.
- Tourism Satellite Accounting Confirms Travel & Tourism as the World's Foremost Economic Activity (2016) <http://www.prnewswire.co.uk/news-releases/tourism-satellite-accounting-confirms-travel-tourism-as-the-worlds-foremost-economic-activity-156832065.html> – data 10.05.2018.
- Travel & Tourism Economic Impact Research Methodology. WTTC, Oxford Economics 2018: 36 p. <https://www.wttc.org/-/media/files/reports/economic-impact-research/documents-2018/methodology-report.pdf> – 10.05.2018.
- Travel & Tourism. Economic impact, 2018. Belarus. <https://www.wttc.org/-/media/files/reports/economic-impact-research/countries-2018/belarus2018.pdf> – data dostępu 20.04.2018.
- WTTC, 2018: The Economic Impact of Travel & Tourism, 2018. <https://www.wttc.org/-/media/files/reports/economic-impact-research/regions-2018/world2018.pdf> – data 12.05.2018
- Zagóra-Jonszta U., 2017: Globalizacja i jej pomiar. Studia i Prace WNEIZ US, 50/2: 177–178; DOI: 10.18276/sip.2017.50/2-14

*Поступила в редакцию: 24 мая 2018*

*Wpłynął do redakcji: 24 maja 2018*

*Received: 24 May 2018*