

ПАТРИОТИЧЕСКИЙ ТУРПРОДУКТ НОСТАЛЬГИЧЕСКОЙ ТЕМАТИКИ В РЕСПУБЛИКЕ БЕЛАРУСЬ

В последние годы на постсоветском пространстве, и особенно в России, заметен резкий рост интереса населения к патриотической тематике, что обусловлено внешними и внутрисполитическими обстоятельствами. Данный аспект, особенно с учетом статистической отчетности за последние два года, не может не привлечь внимания, особенно в свете задач, поставленных перед Министерством спорта и туризма по повышению экспорта отечественных туристических услуг. За 2016 г. численность организованных туристов, т.е. воспользовавшихся услугами турфирм, туристов и экскурсантов, посетивших Беларусь, составила 217,4 тыс. чел. (за 2015 г. — около 300 тыс. чел.). Налицо существенное падение количества туристов, что в абсолютных цифрах составляет 82,6 тыс. чел. Наибольшее число прибывших организованных туристов и экскурсантов приходилось на граждан Российской Федерации (78,7 %). Таким же образом выглядела картина и в 2015 г., когда в Беларусь прибыло 70 390 чел. из России. В то же время в 2016 г. численность организованных туристов и экскурсантов, выехавших за рубеж, составила 495,7 тыс. чел. Данные факты делают предельно актуальной важнейшую задачу национальной туристической индустрии по преодолению дисбаланса во въездном и выездном туристических потоках и наращиванию экспорта туруслуг.

Итак, традиционная ориентация на российский рынок сбыта туристического продукта Беларуси, учитывая перечисленные факты, имеет не только обоснованность, но и немалые перспективы для роста.

Помимо традиционных мемориальных, музейных и прочих объектов, таких как обновленный музей Великой Отечественной войны, Историко-культурный комплекс «Линия Сталина», мемориальный комплекс «Хатынь» и Курган Славы, можно привлекать широкие массы туристов, интересующихся подобной тематикой, инновационным патриотическим продуктом, на другие объекты. Среди подобных мероприятий можно назвать марш памяти «Бессмертный полк», который за два года существования охватил 64 страны.

В Беларуси также получили развитие перспективные направления ностальгического туризма патриотической тематики и могут быть локализованы новые. Известно, что Беларусь претендует на региональное лидерство в области it-технологий, что подтверждается бурным их ростом. Компания Wargaming, разработавшая всемирно известную клиентскую массовую многопользовательскую онлайн-игру в реальном времени в жанре аркадного танкового симулятора — World of Tanks, при поддержке Министерства обороны Республики

Беларусь проводит на «Линии Сталина» мероприятие «День танкиста», посвященное 70-летию профессионального праздника танковых войск и 100-летию танкостроения. В его рамках предлагается более десятка интерактивных зон развлечений и отдыха: виртуальный бой World of Tanks, Школа танкиста, раскраска танка, квест-игра «Операция». Для посетителей с детьми работают детская комната и надувной батут, фотозона, кинозал «Линия Сталина».

Подобный подход можно применить, используя IT-технологии для разработки интерактивных маршрутов-квестов, связанных с персоналиями, местами подвигов и др. Также перспективным будет создание специализированных сайтов, предоставляющих информацию о наградах и наградных листах, участниках ВОВ на территории Беларуси, местах их захоронений, ориентированных на разработку турпродукта, направленную на их родственников и потомков. Не менее интересным представляется будущее исторических реконструкций данной тематики.

Таким образом, использование современных технологий разработки и продвижения патриотического турпродукта ностальгической тематики может придать новый импульс целой отрасли туристической индустрии Беларуси.

*В. И. Малашенко, канд. пед. наук, доцент
БГЭУ (Минск)*

О НЕКОТОРЫХ ПРОБЛЕМАХ УПРАВЛЕНИЯ ТУРИСТИЧЕСКИМ КОМПЛЕКСОМ РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ

Несмотря на наличие объективных предпосылок для интенсивного развития международного туризма, Беларусь занимает весьма скромное место на мировом рынке туристических услуг. Развитие туристического комплекса Республики Беларусь сдерживается наличием ряда проблем и ограничивающих факторов организационно-управленческого и экономического характера.

Среди таких факторов центральное место, на наш взгляд, занимает проблема, связанная с отсутствием в республике полноценного государственного органа управления туризмом. Существующее Министерство спорта и туризма и созданный в его структуре Департамент по туризму не имеют эффективных действенных рычагов управления отраслью. Занимаясь в основном развитием спорта, не имея достойного целевого финансирования и действенных организационно-правовых рычагов управления, министерство весьма ограничено в своем влиянии на турфирмы, туристические регионы и зоны.

Низкая эффективность управления туристическим комплексом во многом обусловлена отсутствием специальных структурных подразде-