

Преснякова Д.А, студ. гр. 311ФК и СКД  
БГУКИ  
Научный руководитель – Пациенко С.А.,  
преподаватель

## **ОСОБЕННОСТИ РАЗВИТИЯ КУЛЬТУРНОГО ТУРИЗМА В РЕСПУБЛИКЕ БЕЛАРУСЬ**

В Беларуси есть хорошие предпосылки для развития культурного туризма. Уникальное сочетание культурно-исторических и природных ресурсов делают страну притягательной как для внутренних, так и для иностранных туристов.

Тема развития въездного туризма, в том числе и культурного, в настоящее время звучит на самом высоком государственном уровне. Помимо социального и культурного, въездной туризм имеет важное экономическое значение. Туризм представляет собой отрасль, где тесно переплетаются интересы более 20 сфер экономики. Это объекты размещения, питания, транспорта, визовый режим, состояние объектов показа и многое другое.

Для любой страны очень важно иметь экспорт туристических услуг, т.е. принимать туристов из-за рубежа, так как это является вложением в экономику этой страны. На современном этапе стало очевидно, что въездной туризм в Беларуси развивается медленными темпами. Показателем расчёт количества иностранных туристов на 1000 жителей страны – это реальный показатель, который учитывает и поток туристов, и размеры страны. Показатель для Беларуси и стран-соседей рассчитан Галиной Ромуальдовной Потаевой, кандидатом географических наук и директором туристической компании «Винополь», лидирующей в приёме иностранных туристов в Беларуси. В соответствии с данным показателем в 2010 году в Украину поток туристов составлял 23 миллиона человек на 48 миллионов населения – около 500 человек на 1000 жителей. В Литву поток иностранных туристов 3 миллиона при населении в три с половиной миллиона – почти 850

иностранных туристов в год на тысячу жителей. В Россию поток 23 миллиона при населении 140 миллионов – 160 человек на 1000 постоянных жителей. В Беларуси въездной поток составляет 90 тысяч при десятиmillionном населении – 9 человек на 1000 жителей [5].

Как отмечает исполнительный директор Республиканского союза туристических организаций (РСТО) Валентин Цехмейстер, достаточно низкий уровень въездного туризма обусловлен высокой ценой на визу в Республику Беларусь. Кроме того, 25% объемов въездного туризма сейчас обеспечивают всего четыре из нескольких сотен туристических компаний Беларуси [5].

На наш взгляд, существуют следующие факторы, препятствующие эффективному развитию культурного туризма в Беларуси. Прежде всего, это неразвитость инфраструктуры, что особенно очевидно в малых городах. Однако именно в малых городах можно почувствовать сохранившийся национальный дух, увидеть старинные белорусские обычаи и традиции. В последние годы проводится активная реконструкция таких городов, реставрируются объекты историко-культурного наследия. Многие уже сделано для того, чтобы белорусы и зарубежные гости смогли ощутить колорит маленького белорусского города.

Следующей проблемой является отсутствие в Минске хороших гостиниц туристического класса. Для групповых туристов, которым нужна гостиница среднего уровня, в столице размещения не хватает. Турфирмы, принимающие туристов, вынуждены предлагать пятизвездочный сервис, что значительно снижает количество прибывающих в Минск иностранных туристов. Вместе с тем, отметим, что в областных городах функционируют хорошие трёх-, четырёхзвездочные частные отели.

18 марта 2011 года в Мирском замке прошло рабочее совещание на тему «Взаимодействие музейных учреждений и туристических организаций: проблемы и пути решения». На совещании рассматривались такие проблемы данной сферы, как негибкий график работы музеев; необходимость

аккредитации музеями экскурсоводов, работающих в туристических компаниях; повышение привлекательности музеев с помощью анимационных программ; отсутствие качественной сувенирной продукции, благоустроенных мест для парковки автобусов, санитарных зон, предприятий общественного питания; проблемы в финансовых взаимоотношениях между туристическими компаниями и музеями (многие музеи отказываются принимать оплату по безналичному расчёту) и т.д. [3]. Взяв курс на развитие въездного туризма, Беларусь столкнулась с вопросом, что же считать брендом страны – тем образом, который у любого человека будет вызывать однозначную ассоциацию с Беларусью.

По данным Национального агентства по туризму, лидирующими туристическими компаниями, организовывающими культурный туризм в Беларуси являются «Виаполь», «Центркурорт», «Страна замков», «Белинтурист». Чаще всего в Беларусь приезжают российские туристы. В России традиционно много очень длинных выходных, праздников, которые они с удовольствием проводят в Беларуси. Самые популярные экскурсии у россиян – это посещение Минска, Мира и Несвижа, Дудуток, Гродно, Бреста и Беловежской пуши. Многие туристы приезжают больше чем по 2 раза и, увидев все самые известные места, начинают посещать глубинку.

Беларусь успешно развивает событийный туризм, и в частности – фестивальньй. Популярностью пользуются песенные фестивали «Славяньский базар» (Витебск), «Золотой шлягер» (Могилёв), «Белая вежа» (Брест), национальные фестивали белорусской песни и поэзии в Молодечно, Национальных культур народов Беларуси в Гродно, духовной музыки «Магутны Божа» (Могилёв), «Званы Сафii» (Полоцк), современной христианской культуры «Благовест» (Минск), кинофестивали «Золотой витязь», «Листопад», «Листопадик» (Минск), «Анимаёвка» (Могилёв) и др.

В современных условиях активизируется спрос на необычные и оригинальные предложения туристических фирм. Туризм чётко реагирует на запросы людей, удовлетворяя потребность в получении новых эмоций и

впечатлений. Например, увлечение астрологией, вера в привидения нашли отражение в организации своеобразных «мистических туров». Так, наряду с классическими историческими экскурсиями существуют увлекательные экскурсии по местам обитания привидений [1, с.60]. Примером туров данного направления в Беларуси являются экскурсии в Гольшаны, где также проводится «Фестиваль приведений». По-прежнему экстремальной экскурсией является посещение Чернобыльской зоны. В конце 2009 года журнал «Forbes» назвал Чернобыльскую АЭС самым экзотическим местом на планете для туризма. Посещение Чернобыльской зоны было разрешено несколько лет назад после остановки всех реакторов атомной станции. В Беларуси эксклюзивным правом на осуществление поездок в чернобыльскую зону обладает турфирма «Ланатур» [4, с.4].

Неотъемлемой частью культурного туризма является национальная кухня. Культурные традиции, воплощённые в национальной кухне, представляют собой специфическое соединение материальной и нематериальной культуры страны. Национальная кухня во всех своих проявлениях – это часть культурного ландшафта, и поэтому она, подобно историческим памятникам или художественным изделиям, заслуживает бережного отношения. Сохранение особенностей национальной кухни особенно актуально в современных условиях глобализации, которая с каждым годом унифицирует вкусовые предпочтения населения планеты. Тем важнее сохранение и популяризация национального кулинарного наследия каждой отдельной страны [2, с.59].

Традиции местной кухни представляют собой отличную туристическую особенность региона. Несмотря на то, что города мира пестрят ресторанами итальянской, японской, французской кухни, для иностранных туристов, прибывших в страну, наиболее интересно ознакомление с особенностями местной кулинарии. Поэтому посещение ресторанов национальной кухни всегда пользуется огромной популярностью и неизменно вызывает интерес. Национальные рестораны с разнообразным

меню и богатым выбором всевозможных яств существуют в Минске и других городах Беларуси. Визитной карточкой нашей страны стали драники, «мачанка», жаренка и другие блюда, которые могут попробовать туристы, приехавшие в нашу страну с целью ознакомления с белорусской культурой.

Таким образом, проблемы культурного туризма в Республике Беларусь на современном этапе очевидны. В преддверии такого важного события, как чемпионат мира по хоккею 2014 года, их решение представляет собой первоочередную задачу для всего туристического комплекса страны.

#### Список использованной литературы:

1. Каурова, А.Д. Организация сферы туризма: учебник/ А.Д. Каурова. – Москва - Санкт-Петербург: Издательский дом Герда, 2008. – 368с.
2. Квиано-Кабалеро, К. Культурный туризм и кулинарное наследие // Art-менеджер. № 3(9), 2004 – с.59 – 62.
3. Кирпа, С. Музеи и туристические фирмы искали пути взаимодействия [Электронный ресурс]. – 2004-2011. – Режим доступа: <http://www.tio.by/pro/news/4103>. – Дата доступа: 23.03.2011.
4. Ковалёв, А. Чернобыль: посторонним вход разрешён // Туризм и отдых. – 2011 – № 11(794). – С.4 – 10.
5. Листопадов, В. Беларуси не хватает туристической ниши [Электронный ресурс]. – 2005-2009. – Режим доступа: <http://bel.biz/news/24595.html>. – Дата доступа: 28.10.2009
6. Молочко, Е. Галина Потаева: Туризм – это как хороший бестселлер. Или сериал [Электронный ресурс]. – 2006-2011. – Режим доступа: <http://www.nv-online.info/by/163/printed/29255/.http>. – Дата доступа: 15.05.2011.