

## **ВЛИЯНИЕ СОЦИАЛЬНО-ЭКОНОМИЧЕСКИХ ФАКТОРОВ НА РАЗВИТИЕ ТУРИСТИЧЕСКИХ УСЛУГ**

Туризм — это важная сфера экономики, где услуги играют ведущую роль. Рассматривая проблемы конкурентоспособности туристических услуг, следует учитывать специфику этой сферы деятельности. Являясь сложной социально-экономической системой, туризм подвергается влиянию со стороны многочисленных факторов, роль которых в каждый момент времени может быть различной как по силе, так и по продолжительности воздействия на его развитие.

Ведущую роль в развитии туризма играют социально-экономические факторы. Влияние экономических факторов на туризм главным образом обусловлено тем, что между тенденциями развития туризма и экономики наблюдается тесная взаимосвязь. Государства с развитой экономикой, как правило, лидируют на мировом рынке по количеству туристских поездок своих граждан. От экономического положения государства зависят не только доходы населения (как известно, туристическая активность меняется в зависимости от имеющихся у граждан финансовых средств), но и уровень развития материально-технической базы и инфраструктуры туризма. К числу экономических факторов также относятся: инфляция, процентные ставки, колебания реальных обменных курсов валют. Развитие туризма очень чувствительно к тому, в какой фазе экономического цикла — подъеме или спаде — находится не только национальная, но и мировая экономика.

Среди социальных факторов развития туризма в первую очередь необходимо отметить увеличение продолжительности свободного времени населения. В связи с этим в туризме обозначились две тенденции — дробление отпускного периода и рост непродолжительных путешествий. Туристические поездки становятся менее продолжительными, но более частыми. В зарубежной литературе это явление получило название «путешествия с интервалами». «Путешествия с интервалами» будут определять характер развития туризма в третьем тысячелетии. Такой вывод сделан английской консалтинговой фирмой «Ховат УК», проводившей по заказу ЮНВТО исследование динамики отпускного времени в 18 странах мира, на долю которых приходится более 70 % всех туристических расходов. В результате сделан прогноз, что в XXI в. продолжительность туристических поездок сократится до 3–4 дней, но возрастет частота перерывов на отдых и интенсивность восстановления жизненных сил человека.

К числу социальных факторов развития туризма относится также повышение уровня образования, культуры, эстетических потребностей

населения. Согласно исследованиям, существует прямая зависимость между уровнем образования людей и склонностью к путешествиям. Это можно объяснить тем, что лица с определенным уровнем культуры и образования способны более рационально распределять свое свободное время, использовать его для познания окружающей среды с помощью туризма, ознакомления с историей, жизнью, бытом, фольклором и искусством других стран и народов.

Под влиянием экономических и социальных факторов в последние десятилетия XX в. в западноевропейских странах изменилась парадигма общественного сознания: духовные ценности одерживают верх над материальными. Это привело к трансформации концепции проведения свободного времени. Сегодня человек в большей степени ориентирован на познание действительности и впечатления, наслаждение жизнью, чем на потребление материальных благ. В данном контексте изменились место и роль туризма в структуре потребностей общества.

Таким образом, являясь сложной социально-экономической системой, туризм подвергается влиянию со стороны многочисленных факторов, роль которых в каждый момент времени может быть различной как по силе, так и по продолжительности воздействия на его развитие, однако ведущую роль в развитии туристических услуг играют социально-экономические факторы.

**А.И. Тарасёнок, канд. геогр. наук, доцент  
БГЭУ (Минск)**

## **РЫНОК АГРОЭКОТУРИЗМА В РЕСПУБЛИКЕ БЕЛАРУСЬ**

В 2013 г. рынок агроэкотуризма в Беларуси в целом сохранил тенденцию к положительной динамике. Однако высокие темпы роста рынка агроэкотуризма за последние годы замедлились.

Показатели рынка агроэкотуризма в 2013 г. по данным Министерства по налогам и сборам Республики Беларусь

Область	Количество усадеб	Количество туристов	Выручка, тыс. дол.*	Выручка одного субъекта агроэкотуризма, тыс. дол.*
Брестская	253	30 993	958,6	3,8
Витебская	449	31 344	1237,3	2,8
Гомельская	289	19 522	635,4	2,2
Гродненская	246	55 493	1003,2	4,1
Минская	482	100 835	3656,2	7,6
Могилевская	162	33 529	668,8	4,1
Итого по стране	1881	271 716	8159,6	4,3

\* Оценка по курсу Национального банка Республики Беларусь.