

Заслуживает внимания работа по развитию активных форм туризма в Речицком районе. В настоящее время там действует 19 секций, 3 туристских клуба. Районным туристским клубом "Ведрич" разработано 16 маршрутов первой категории сложности.

В Светлогорске при городском доме культуры организована секция мототуризма, в состав которой входят свыше 20 человек.

В целях выполнения Программы развития туризма в Гомельской области и наращивания объема туристско-экскурсионных услуг в текущем году принято решение о строительстве в Жлобине физкультурно-оздоровительного центра. Рассматривается вопрос о строительстве в Мозыре горнолыжной трассы.

Между туристическим предприятием "Спутник" и управлением образования облисполкома заключен договор на проведение экологических туров для учащихся области в Национальном парке "Припятский" и Турове. Из бюджетного фонда охраны природы на данный проект выделено 15 млн р.

В 2004 г. приняты программы развития туризма в Ветковском, Брагинском, Светлогорском, Рогачевском, Октябрьском районах.

Вместе с тем, несмотря на проводимую работу по развитию туристической деятельности, в Гомельской области на низком уровне находится информационное обеспечение и продвижение возможностей региона в этом направлении. Потенциал имеющихся достопримечательностей сам по себе не может обеспечить достаточный приток туристов. В основном людям нужны веские мотивы для посещения региона.

Не создана целостная система управления туристической отраслью. В аппарате управления физической культуры, спорта и туризма нет освобожденной ставки специалиста по туризму. В 16 районах Гомельской области работают по одному специалисту в лице заведующего отделом физической культуры, спорта и туризма. Остается острой проблема обеспеченности туристским снаряжением и инвентарем.

Невзирая на перечисленные трудности, сегодня с уверенностью можно сказать: "Туризму в Гомельской области быть!"

Н.С. Акуленко
БГЭУ (Минск)

СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ СБЫТОВОЙ СТРАТЕГИИ ПАРКА РАЗВЛЕЧЕНИЙ "DREAMLAND"

Парк "Dreamland" — единственный современный парк развлечений в Беларуси. Он имеет следующие преимущества: удачное расположение в зеленой зоне города; оборудование — известных

мировых производителей; высокая пропускная способность аттракционов; относительно невысокие цены, рассчитанные на массового потребителя. На данном этапе развития парка необходимо активное совершенствование сбытовой стратегии. В частности, целесообразно ориентироваться не только на жителей Минска, но и другие регионы страны. В данном случае посредником могут быть региональные агентства, которые ориентируются на экскурсионные и развлекательные туры в пределах Беларуси.

Можно выделить следующие направления сотрудничества с посредниками: рассылка по факсу и электронной почте информации о парке; телефонные переговоры; участие в выставке "Отдых 2004". В ходе выставки парк посетили представители 91 турагентства, 18 были переданы бланки договоров о сотрудничестве. Парк был представлен через туристическое бюро "Спутник" на Гомельской региональной выставке.

За период работы парка в 2004 г. организованы групповые посещения при участии 47 турагентств из всех регионов республики. В региональном аспекте наибольшую активность в сотрудничестве проявили агентства Витебской (38 %) и Гродненской (31 %) областей. С мая по октябрь парк в составе туристских групп посетили 6145 человек. Максимальное количество путешественников отмечено в мае и июне. Снижение посещений в июле и августе обусловлено закрытием школ и роспуском детей на каникулы. В то же время региональными турагентствами в летние месяцы практически не проводилась широкая рекламная кампания ввиду значительных затрат относительно прибыли от организации посещений парка (30—100 тыс. р.). Кроме того, представители турпредприятий, особенно в начале сезона, жаловались на низкую осведомленность населения в регионах о существовании парка. В связи с этим необходимо интенсивнее организовать рекламу в регионах (местная пресса, радио, телевидение). Перед началом нового сезона целесообразной будет презентация парка в различных городах. Для информирования населения парк может, предоставив в качестве призов входные билеты, выступить спонсором различных массовых соревнований, чемпионатов и других мероприятий.

При анализе структуры и динамики посещения парка тургруппами по областям отмечено лидирование Витебской области (40 %). При планировании работы с турагентствами в следующих сезонах следует обратить особое внимание на Брестскую, Гомельскую и Могилевскую области. Именно в этих регионах необходимо проведение в первую очередь мероприятий по продвижению услуг парка (презентации, конкурсы, лотереи и др.).

Недостаточно активно откликнулись на приглашение к сотрудничеству турфирмы Минска. В связи с этим 31 мая 2004 г. в парке для представителей агентств была проведена конференция, которую посетили представители только 30 турфирм (10 % от общего их количества).

По высказываниям представителей турфирм, современных возможностей парка недостаточно для привлечения посетителей из-за рубежа. Вот почему это направление носит перспективный характер, т.е. необходимы открытие всей зоны парка и увеличение количества услуг, шоу-программ, строительство ресторана или кафе, включение в перечень экскурсионных объектов Минска при содействии Национального агентства по туризму.

В целом, учитывая то, что региональные турфирмы не владели никакой информацией о парке, проведенная работа была эффективна. Поэтому и в дальнейшем целесообразно развивать сотрудничество с региональными туристическими предприятиями.

А.А. Ананьева
ЧИУиП (Минск)

РАЗВИТИЕ “ЗЕЛЕНОГО” ТУРИЗМА

Во многих государствах мира туризм развивается как система, которая не только предоставляет все возможности для ознакомления с историей, культурой, обычаями, духовными и религиозными ценностями данной страны и ее народа, но и дает доход в казну. Не говоря уже о том, что “кормит” эта система очень много физических и юридических лиц, так или иначе связанных с оказанием туристических услуг. Помимо значительной статьи дохода туризм является еще и одним из мощных факторов усиления престижа страны, роста ее значения в глазах мирового сообщества и рядовых граждан.

Понятие “агротуризм” (он же “сельский”, или “зеленый”) включает в себя виды туризма за пределами городских территорий — экологический, фермерский, образовательный, спортивный, приключенческий, этнический и пр.

Сегодня в мире экотуризм занимают до 20 % в общем объеме туристических поездок, темпы их роста огромны (порядка 30 % в год). В мире наблюдается поворот от пляжного туризма к сельскому. На смену триаде “солнце — море — песок” приходит “пейзаж — традиции — досуг”. Благодаря своему географическому положению Беларусь — это идеальное место для развития “зеленого” туризма. Возможности Беларуси неисчерпаемы.