

ВЫЯВЛЕНИЕ ОСОБЕННОСТЕЙ И МОТИВОВ БЕЛОРУСОВ ПРИ СОВЕРШЕНИИ ТУРИСТИЧЕСКИХ ПОЕЗДОК

Туристическая мотивация может быть определена как побуждения человека, направленные на удовлетворение туристических потребностей, в зависимости от его индивидуальных физиологических и психологических особенностей, системы взглядов, ценностей, склонностей, образования и др. [1]. Существует множество классификаций туристических мотивов, однако все они сводятся к следующим:

1) мотивация по видам отдыха. В данном случае имеется ввиду, что при выборе вида отдыха (рекреация, обучение, занятие спортом и пр.) каждый турист руководствуется мотивами, которые конкретно для него являются первостепенными при выборе формы отдыха. Что касается белорусских туристов, то популярным направлением всегда был и остается отдых на море, т.е. пляжно-купальный туризм. Это обусловлено отсутствием моря в Беларуси и малой продолжительностью летнего периода;

2) культурные мотивы. В данном аспекте подразумевается, что турист выберет то направление отдыха, которое подходит под его культурные цели и мотивы (религиозный, исторический туризм). Белорусы, если рассматривать религиозный туризм, предпочитают посещать православные святыни (Израиль, Греция, некоторые части РФ). Если рассматривать историческую составляющую или выбор мест посещения с точки зрения расположения исторических памятников, то четко выделить направления сложно ввиду их разбросанности по всему миру;

3) экономические мотивы. Их можно рассматривать двояко. С одной стороны это мотивы, имеющие отношение непосредственно к доходам туристов, их экономических возможностей. С другой стороны, многие туристы едут в страны, где имеют целью приобрести что-либо, чтобы сэкономить (шоппинг-туры, недорогие пакетные туры по популярным направлениям). Если рассматривать белорусов, то безусловным лидером поездок с целью экономии является Украина и Россия. Также такими популярными и весьма экономными направлениями, куда можно поехать с целью рекреации, но при этом приобрести товары различного назначения, являются Италия, Испания, Греция. В эти страны наблюдается особый всплеск поездок в сезон распродаж.

В данной работе путем проведения анкетирования и анализа полученных результатов были выявлены основные мотивы туристов Беларуси. Было задано два вопроса. На вопрос, от чего в первую очередь зависит планирование туристической поездки, туристы ответили следующим образом: у 41 % респондентов организация поездки зависит

от финансовых возможностей; у 31 % — от наличия свободного времени; у 7 % — от наличия выгодных предложений; 17 % туристов при организации поездки опираются только на свое желание и 4 % опрошенных отправляются в путешествие спонтанно. На второй вопрос: что побудит вас отказаться от туристической поездки; были получены следующие ответы: 33 % откажутся от туристической поездки из-за высокой стоимости путевки; 33 % — из-за нестабильной экономической и политической ситуации в стране назначения; 19 % — из-за отсутствия подходящей компании; 14 % — из-за нестабильной погоды в стране. В ответах можно проследить черты белорусского менталитета, который проявляется в обдуманности и четком планировании своих путешествий. Так, лишь 4 % опрошенных совершают спонтанные путешествия. Эти же качества подтверждают ответы на второй вопрос, где 33 % респондентов откажутся от поездки, из-за нестабильной ситуации в стране назначения. Подводя итог, можно сделать вывод, что учет мотивации людей из разных стран с разными понятиями и интересами необходим для работы в сфере туризма, формировании предложений со стороны туристических агентств и операторов.

Литература

1. Крипендорф, Е. Г. Туристический маркетинг / Е. Г. Крипендорф. — М. : Экономика, 2003.

Е.В. Десяткина
БГЭУ (Минск)

РОЛЬ ТУРИЗМА В ЭКОНОМИКЕ БРЕСТСКОЙ ОБЛАСТИ

В 21-м в. туризм является одной из наиболее перспективных и высокодоходных отраслей мирового хозяйства. Являясь неотъемлемой частью экономики любой страны, он оказывает непосредственное влияние на связь, транспорт, торговлю, производство товаров народного потребления, а также обеспечивает занятость населения. Валютные поступления в государственный бюджет обеспечиваются посредством реализации сувенирной продукции, налогов от туристских предприятий, визовых и иных сборов. Развитие международного, а также внутреннего туризма является приоритетным и для Республики Беларусь как страны с богатым туристическим потенциалом.

Одним из наиболее привлекательных регионов страны для туристов является Брестская область, туризм в которой с каждым годом приобретает все большее значение для развития экономики и социальной сферы.

Брестская область расположена на юго-западе страны и занимает территорию площадью 32,7 тыс. км². На западе граничит с Польшей, на