

Tamara Fedortsova

Katedra Geografii Ekonomicznej Państw Zagranicznych

Wydział Geograficzny

Uniwersytet Białoruski

prospekt F. Skoryny 4

220 050 Mińsk, Republika Białorusi

CECHY FORMOWANIA I STRUKTURY RYNKU TURYSTYCZNEGO REPUBLIKI BIAŁORUSI

Rozwój rynku turystycznego jest uwarunkowany wieloma czynnikami, wśród których ważną rolę odgrywa m.in. polityka, ekonomia i aspekty społeczne. Radykalne zmiany w polityce, ekonomii oraz w sferze socjalnej, które pojawiły się 10 lat temu, bardzo silnie odbiły się na rozwoju, współczesnej kondycji oraz możliwościach rozwoju turystyki w Republice Białorusi. W tym czasie potrzeby, możliwy do realizacji popyt, organizacja turystyki wycieczkowej, zarządzanie itd. zmieniły całkowicie swój wizerunek. W niedawnej przeszłości turystyka była szczególną formą aktywności związków zawodowych, finansowaną przede wszystkim z funduszy ubezpieczeń społecznych. Kontakty ze światem oraz udział w światowym rynku były raczej ograniczone i surowo regulowane przez państwo. Turystyka międzynarodowa, a zwłaszcza wyjazdowa, była zjawiskiem wyjątkowym.

W nowych warunkach politycznych i ekonomicznych sytuacja radykalnie się zmieniła. Tylko niewielka część usług turystycznych ma charakter prosocjalny oraz jest finansowana częściowo przez centralne związki zawodowe i niektóre przedsiębiorstwa. Są to np. sanatoria, domy wczasowe, niektóre ministerialne obiekty rekreacyjne czy letnie obozy. Zjawisko to spowodowało wyraźną redukcję liczby wypoczywających w obiektach rekreacyjnych (tab. I). Ponadto, istotnym szczegółem wpływającym na współczesne tendencje rozwoju rynku turystycznego była zmiana czynników kreujących i realizujących potrzeby rekreacji.

FEATURES OF THE STRUCTURE OF THE BELARUS TOURIST MARKET

The development of the tourist market is closely connected with many factors among which the political and socio-economic play an important role. In the last 10 years radical changes in politics, the economy and society have occurred having a very strong effect on development, the contemporary condition and the future development of tourism in Belarus. Needs, demand, organization and management of tourist activity have changed.

In the recent past tourism (including short term excursions) were a particular activity, conducted mainly by trade unions and paid basically from social insurance funds. Contacts to the rest of the world community and the global market were limited and strictly regulated by the state. International tourism, especially outgoing, was frequently an extra-ordinary event.

Now in new political and economical conditions the situation has radically changed. Only small a part of tourist services have remained socially-orientated and partially financed by central trade unions and enterprises for example, stays in sanatoria, holiday homes, enterprise recreation establishments and summer camps. It has had the effect of sharply reducing the number staying in such establishments (table I).

Tabela I. Zmiany liczby gości w obiektach noclegowych na Białorusi (w tys.)

Typ zakwaterowania	1980	1990	1998
Domy wczasowe	110	59	58
Baza wypoczynkowa	41	58	94
Hotele turystyczne	1 376	1 059	686
Suma	1 527	1 176	838

Źródło: Opracowanie własne autora na podstawie danych Ministerstwa Statystyki Republiki Białorusi.

Table I. Changes in the number of visitors to different kinds of accommodation in Belarus (in thousands)

Accommodation type	1980	1990	1998
Holiday centres	110	59	58
Recreation centres	41	58	94
Tourist hotels	1,376	1,059	686
Total	1,527	1,176	838

Source: The author, based on analysis of data from the Belarus Ministry of Statistics.

O ile wcześniejsze czynniki generujące rozwój turystyki odzwierciedlały potrzeby społeczeństwa na szczeblu państwowym, determinując i koordynując strukturę udogodnień rekreacyjnych całego kraju i poszczególnych regionów, to po rozpadzie ZSRR i likwidacji scentralizowanego systemu kontrolnego (a więc i organizacji turystyki), doprowadziło to do zmiany z całkowitej kontroli w całkowitą swobodę, często graniczącej z anarchią. Ponadto państwo nie zdefiniowało dotąd pozycji i roli tworzenia ekonomii rekreacji, oraz nie przedsięwzięło jeszcze działań generujących działalność turystyczną, co hamuje zarówno rozwój wewnętrzny, jak i turystykę międzynarodową.

Radykalnej zmianie uległy czynniki promowania i zaangażowania ludności w konsumpcję usług turystycznych. Dotyczy to zwłaszcza socjalno-ekonomicznych warunków życia ludności (poziom przychodów, budżet wolnego czasu itd.).

Skoro społeczne potrzeby wypoczynku w zakresie odnawiania i rozwoju fizycznych możliwości oraz tworzenia harmonijnej osobowości nie są obecnie finansowane przez państwo (jak to było wcześniej poprzez duże przyciąganie publicznymi funduszami konsumpcji), to popyt turystyczny jest ograniczony siłą nabywczą ludności, mającą tendencję spadkową. Tak więc jedną ze współczesnych cech rozwoju turystyki na Białorusi jest to, że usługi te stają się bardziej niż kiedykolwiek celem zamożnej części ludności. Według socjologów w obecnych warunkach nie więcej niż 1–3% pracujących Białorusinów może ubiegać się o dobra i usługi wysokiej jakości, w tym usługi turystyczne. Dla reszty społeczeństwa zorganizowana rekreacja (usługi turystyczno-wycieczkowe, leczenie sanatoryjne itd.) staje się coraz bardziej niedostępne, ponieważ w związku z ogólnym wzrostem kosztów życia wielkość i udział wydatków w usługach rekreacyjnych jest zmniejszany na rzecz wydatków na dobra najbardziej potrzebne. Według szacunków ekspertów

Modern trends in the development of the tourist market are a consequence of a change in the factors generating recreation needs. The earlier factors generating the development of tourism acted on behalf of public need at state level determining and coordinating the structure of recreational facilities of the country as a whole and its separate regions. After the disintegration of the USSR there was a disintegration of the centralized control system and the organization of tourist activity. The strategies of state interaction with tourism changed from total control to complete freedom today sometimes bordering on anarchy. Moreover, the state up to now has not defined its position and role in the recreational economy and has not yet undertaken to generate tourist activity constraining the development of internal and international tourism.

The factors which promote the involvement of the population in the process of consuming tourist-excursion services have changed radically. Especially concerning the socio-economic conditions of life of the population (level of the income, free time available etc).

As soon as the public need for developing and looking after physical well-being and the formation of the whole person was no longer actually financed by the state, as it had been earlier by attracting widespread public funds, tourist demand was limited by the decreasing solvency of the population. Thus, one of modern features of the development of tourism and excursions in Belarus is that these services become ever more focused on the solvent part of

dla 80% ludności Białorusi, należącej do uboższych grup społecznych, odpoczynek organizować można tylko w domu, u krewnych i przyjaciół na wsi, lub w domkach letniskowych. W ten sposób wciąż rosnące ceny usług turystyczno-wycieczkowych (mieszkanie, posiłki, transport itd.) i redukcja dotacji na ich nabywanie z funduszy przedsiębiorstw i związków zawodowych powiększają z każdym miesiącem grupę, która nie może korzystać z usług rekreacyjnych proponowanych przez obiekty i organizacje turystyczne. Bardzo ważną rolę w zmniejszaniu popytu odgrywają wzrastające ceny paliwa, co odbija się na wzroście cen usług transportowych, a także na liczbie i zasięgu wycieczek rekreacyjnych.

Inną ważną cechą rozwoju rynku turystycznego w Republice Białorusi jest skracanie długości pobytu. Ta stała tendencja utrzymuje się z następujących powodów:

- po pierwsze, niższym warstwom społeczeństwa nie starcza środków na dłuższy pobyt;
- po drugie, dużą część wakacji zajmują dodatkowe prace zarobkowe;
- po trzecie, osoby o wysokich dochodach nie mogą na długi czas pozostawić swoich interesów.

Analiza rynku turystycznego Białorusi pokazała, że ważne miejsce zajmuje na nim turystyka rekreacyjna, dla której charakterystyczna jest bardzo widoczna sezonowość. W okresie letnim 66% ofert na krajowym rynku turystycznym dotyczy turystyki zdrowotnej (podróż w celu odpoczynku w kurorcie), 28% ofert to turystyka poznawcza (na szlakach turystycznych, ze zwiedzaniem jednego lub kilku miast oraz z krótkim pobytem w każdym z nich), a 6% dotyczy innych form turystyki. Na okres letni przypada największy popyt na usługi turystyczne. W okresie zimowym struktura ofert turystycznych zmienia się na korzyść turystyki poznawczej, której udział wynosi 48%. Turystyka sportowa obejmuje 36% ofert turystycznych i odbywa się w górskich narciarskich miejscowościach wypoczynkowych na Słowacji, w Republice Czeskiej i w Polsce.

Jeśli chodzi o transport, pierwsze miejsce na rynku turystycznym Republiki Białorusi zajmuje turystyka autokarowa (58%), co tłumaczone jest niską siłą nabywczą konsumentów. Ten rodzaj turystyki skierowany jest do konsumentów o średnich i czasem niskich przychodach – najbardziej liczego segmentu rynku turystycznego Białorusi, który jest bardzo wrażliwy na ceny i niezmiernie wymagający, jeśli chodzi o jakość świadczonych

the population. According to sociologists in present conditions no more than 1–3% of the working population can apply high quality for goods and services which includes tourism. For the rest of the population, organized recreation (tourist-excursion services, sanatorium treatment etc) becomes more and more inaccessible, as a consequence of the general rise in the cost of living, the size and share of expenses devoted to recreation is reduced for the benefit vitally necessary goods. It is estimated by experts that 80% of the population are included in the least (material) secure group whose holiday can be organized only at home or at the homes of relatives and friends in villages or in 'holiday homes'. Thus the constantly growing cost of tourism-excursion services (accommodation board, transport etc.) and the reduction of grants from the funds of enterprises and trade unions, those who cannot take advantage of recreation services increases each month. A very important role in the reduction of demand is played by the growing cost of fuel which has an effect on raising the cost of transport services, and therefore numbers of recreation trips and their range.

One more important feature of the development of the tourist market has been the reduction in the duration of holidays. This tendency stable is kept for the following reasons:

- firstly, the population (its basic part) does not sufficient means for longer holidays;
- secondly, much holiday time is taken up by extra work;
- thirdly, people with high incomes cannot leave their businesses for long.

Analysis of the tourist market shows that it is driven by recreational tourism and with a marked seasonality. In summer 66% of the tourist market on offer is for health-improving tourism (at health resorts), 28% are for travel to one or more cities for sightseeing with short-term stays in each, and 6% on other kinds of tourism. Summer is the time of maximum demand for tourist services.

usług. Na rynek turystyki lotniczej przypada prawie 25% ofert turystycznych, na kolej – 12%, a na indywidualną turystykę samochodową – 5%.

Ogromną rolę w rozwoju i tworzeniu rynku turystycznego w Republice Białorusi odegrała zmiana sytuacji geopolitycznej kraju przez ostatnich dziesięć lat, rozpad ZSRR oraz zburzenie jednolitej przestrzeni ekonomicznej. Wszystko to istotnie zmieniło strukturę rynku turystycznego, rozmiar oraz charakter potoków turystycznych.

Analiza danych statystycznych podanych w tab. II potwierdza, że obecnie rynek turystyczny Republiki Białorusi skupia się na turystyce wyjazdowej. W 1991 r. liczba wyjazdów przekroczyła liczbę przyjazdów 4,5 razy, w 1992 – 16 razy, w 1993 – 11 razy, a w 1994 – 15,4 razy.

Tabela II. Zmiany w turystyce wyjazdowej turystów białoruskich i w turystyce przyjazdowej obcokrajowców (w tys.)

Rok	1991	1992	1993	1994	1998	1999
Wyjazdy	106,0	709,6	850,0	1 395,0	900,2	934,2
Przyjazdy	23,9	42,9	77,3	90,3	91,2	75,8

Źródło: Opracowanie własne autorki na podstawie danych Ministerstwa Statystyki Republiki Białorusi.

Wartości turystyki przyjazdowej zasadniczo się obniżyły. Od 1994 r. liczba turystów przyjeżdżających do Białorusi kształtuje się na poziomie ok. 100 tys. osób rocznie.

Znaczącą część turystów zagranicznych (ok. 1/4) stanowią obywatele Wspólnoty Niepodległych Państw, głównie Rosji i Ukrainy. Pozostałe kraje reprezentowane są głównie przez Polaków, Litwinów i Niemców.

W wyniku przemian polityczno-ekonomicznych, będących ważnymi czynnikami zmian na rynku turystyki wyjazdowej, powinno brać się pod uwagę również zmiany geograficzne. Z jednej strony, tradycyjnie najlepiej sprzedające się u mieszkańców Białorusi miejscowości wypoczynkowe znalazły się na terytorium innych niezależnych państw – Rosji, Gruzji, Ukrainy, państw nadbałtyckich, tak więc łatwy dostęp do nich stał się częściowo lub całkowicie ograniczony z powodu ustanowienia nowych granic, kontroli przygranicznych, formalności celnych itd. Jednocześnie zmiana sytuacji politycznej stworzyła korzystne warunki dla turystyki wyjazdowej mieszkań-

cy. In winter the structure of the tourist offer is different with sightseeing comprising 48%, sports tourism 36% which is supplemented by mountain ski resorts in Slovakia, Czech Republic and Poland.

As for transport the dominance of buses (58%) is explained by the low solvency of the consumers. This kind of the tourism is orientated to consumers with middle or sometimes low levels of income, a mass tourist flow which is very sensitive to price and demanding on the quality of services. Air has 25% of the market, rail 12% and private car 5%.

The geopolitical situation of the country for last ten years, the disintegration of the USSR and the destruction of a uniform economic space has played large role in the contemporary development and form of the tourist market changing its structure and the volume and character of tourist flows.

Analysis of the statistical data given in table II shows how the tourist market is focused on outgoing tourism. In 1991 outgoing exceeded incoming by 4.5x, in 1992 – 16.5x, in 1993 – 11x and in 1994 – 15.4x etc. Since 1994 the number of incoming tourists is 100,000 annually. A significant proportion of foreign tourists (about 1/4) is made up of citizens of the CIS, mostly from Russia and Ukraine, less so Poles, Latvians and Germans.

Table II. Changes in numbers of outgoing Belarussian tourists and incoming foreign tourists (in thousands)

Rok	1991	1992	1993	1994	1998	1999
Outgoing	106.0	709.6	850.0	1 395.0	900.2	934.2
Incoming	23.9	42.9	77.3	90.3	91.2	75.8

Source: The author. based on analysis of data from the Belarus Ministry of Statistics.

As a result of the changing political and economic situation the market for outgoing tourism has changed its geography. On the one hand, traditionally best-selling resorts are now in the territory of other sovereign states – Russia, Georgia, Ukraine and the Baltic countries, and their access has become

ców Białorusi za granicę. Pomimo że udział ten wynosi jedynie ok. 9% ludności kraju, jego geografia jest raczej urozmaicona (tab. III). W ciągu ostatnich dwóch lat kierunki tego potoku zmieniły się na korzyść wzrostu wyjazdów do krajów WNP i spadku wyjazdów do krajów spoza WNP. Tłumaczyć to można zarówno rozwojem działalności biznesowej pomiędzy Rosją i Białorusią, jak i popytem na wypoczynek w miejscowościach wypoczynkowych Ukrainy, gdzie ceny są niższe niż w innych krajach, nie ma bariery językowej, a obsługa jest raczej do przyjęcia.

Tabela III. Geografia i zmiany w wyjazdach białoruskich turystów

Kraje	1998	1999
Razem	900 793	934 205
Kraje WNP	85 483	122 960
Kraje spoza WNP	815,310	811 245
w tym:		
Polska	683 242	733 539
Republika Czeska	15 340	18 230
Bułgaria	26 057	14 106
Niemcy	15 200	9 500
Litwa	37 184	9 296
Turcja	10 500	7 027
Hiszpania	3 046	4 469
Pozostałe kraje	24 741	15 087

Źródło: Opracowanie własne autorki na podstawie danych Ministerstwa Statystyki i Analiz Republiki Białorusi.

Jeśli chodzi o rozmiary ruchu turystycznego do krajów spoza WNP, prym wiedzie Polska, której udział we wszystkich wyjazdach zagranicznych to ok. 84–90%. Na pierwszym miejscu wśród ośrodków wysyłających turystów do Polski są Grodno, obszar Brześcia i Mińsk. Oznacza to, że ta część wyjeżdżających turystów ma tylko pośredni związek z wyjazdami *stricte* turystycznymi, jak wypoczynek i wycieczki objazdowe, a dotyczy raczej spraw handlowych, co potwierdzają wywiady w firmach turystycznych Mińska. Republika Czeska, Bułgaria, Turcja i Hiszpania są odwiedzane przez białoruskich turystów w celach wyłącznie turystycznych.

Ważną cechą rozwoju rynku turystycznego w Republice Białorusi stała się transformacja systemu utrzymywania usług turystycznych. W miej-

scach jest częściowo lub całkowicie zablokowane ze względu na ustanowienie granic z ich formalnościami celniczymi itp. W tym samym czasie zmiana w sytuacji politycznej stworzyła korzystne warunki dla turystyki zagranicznej do innych państw i chociaż ten przepływ dotyczy tylko ok. 9% populacji, jego geografia jest raczej zmienna (tabela III). W ciągu ostatnich dwóch lat przepływ ten zmienił się z wzrostem do państw WNP i spadkiem do państw spoza WNP. Można to tłumaczyć zarówno rozwojem działalności biznesowej między Rosją a Białorusią, jak i popytem na wypoczynek w miejscowościach wypoczynkowych Ukrainy, gdzie ceny są niższe niż w innych krajach, nie ma bariery językowej, a obsługa jest raczej do przyjęcia.

Table III. Geographical patterns and changes of outgoing Belarussian tourists in 1998–1999

Countries	1998	1999
Total	900,793	934,205
CIS countries	85,483	122,960
Non-CIS countries	815,310	811,245
including:		
Poland	683,242	733,539
Czech Republic	15,340	18,230
Bulgaria	26,057	14,106
Germany	15,200	9,500
Lithuania	37,184	9,296
Turkey	10,500	7,027
Spain	3,046	4,469
Other countries	24,741	15,087

Source: The author, based on analysis of data from the Belarus Ministry of Statistics.

In size Poland dominates with a share of about 84–90% and the leading towns are Grodno, Brest and Minsk. This component is dominated by commercial reasons confirmed by questioning of tourist firms in Minsk. The Czech Republic, Bulgaria, Turkey and Spain are visited only for purely tourist purposes by Belarussian tourists.

The most important feature of development of the tourist market is the transformation of how tourist services are

sce scentralizowanego systemu usług turystycznych, który funkcjonował raczej przez dłuższy czas, spełniając w sferze wypoczynku funkcje administracyjną, organizacyjną i ekonomiczną, pojawiła się grupa komercyjnych firm turystycznych o różnych wzorcach własnościowych, zaangażowanych w organizację turystyki na bazie konkurencji, co promuje tworzenie krajowego rynku turystycznego i bardziej urozmaica ofertę usług turystycznych. W końcu 1999 r. na Białorusi było 438 firm turystycznych zatrudniających 3373 osób. Podstawowe znaczenie miały firmy o doświadczeniu pięcioletnim i dłuższym.

Podsumowując należy zauważyć, że turystyka jako zjawisko społeczno-ekonomiczne, w rezultacie przemian geopolitycznych i ekonomicznych w kraju, zasadniczo zmienia się w swej strukturze, kierunkach i formach organizacji, co znajduje odzwierciedlenie w cechach i strukturze rynku turystycznego.

maintained. In place of a centralized system of tourism and excursions carrying out administrative, organizational and economic functions, which has existed for rather a long time, a set of commercial tourist firms has appeared, with various patterns of ownership, engaged in the organization of tourism on the basis of competition promoting a more variable offer of tourist services. By the end of 1999 there were 438 tourist firms in Belarus with 3373 employees with most, possessing 5 or more years experience.

In summary it is necessary to note that tourism, as a socio-economic phenomenon, by virtue of the geopolitical and economic changes in the country, has essentially changed in structure and forms of organization, reflected in the features and structure of the tourist market.

Tłumaczenie z języka angielskiego
Marta Derek