

ПУТИ ПОВЫШЕНИЯ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ НАЦИОНАЛЬНОГО ТУРИСТСКОГО КОМПЛЕКСА

Е. А. Карамелева

*Гомельский государственный технический университет
имени П. О. Сухого, Беларусь*

Научный руководитель Е. Н. Карчевская

Туризм уже давно рассматривается как одна из наиболее доходных и интенсивно развивающихся отраслей мирового хозяйства. Однако в Беларуси доходы от туризма составляют всего одну десятую процента валового внутреннего продукта. С каждым годом в мире путешествует все большее количество людей и, несмотря на то, что количество прибывших в Республику Беларусь туристов возрастает, можно утверждать, что данные темпы роста намного ниже темпов роста мировых выездных потоков. Это означает, что все большее количество людей предпочитает для посещений другие страны.

Следовательно, другие страны обладают некоторыми конкурентными преимуществами по отношению к Республике Беларусь. Их наличие является сдерживающим фактором для выхода белорусского туризма на мировой рынок.

В целях увеличения доли въездных туристских потоков Республики Беларусь в общемировой статистике туризма в работе выявлены конкурентные преимущества по различным видам туризма и предложены мероприятия по повышению уровня конкурентоспособности туристской отрасли Республики Беларусь посредством определения перспективных направлений развития туризма для страны, выявления географических рынков по каждому определенному виду туризма, выявления факторов, являющихся определяющими для туристов при выборе страны назначения, оценки данных факторов применительно к Республике Беларусь и конкурирующему рынку, определения наиболее значимых факторов, исследования способов повышения конкурентоспособности туристской отрасли путем устранения сдерживающих развитие туризма факторов и оценки уровня конкурентоспособности туристской отрасли Республики Беларусь после введения мероприятий.

В ходе написания работы было установлено, что приоритетными направлениями для развития туризма в республике являются автомобильный, культурно-познавательный, молодежный, паломнический и экологический туризм.

По каждому указанному выше виду туризма на основе статистической информации были выделены страны-конкуренты, т. е. те страны, в которых данный вид туризма развит на высоком уровне и которую предпочитают туристы в качестве места назначения. Такими странами являются Германия, Италия, Франция, Израиль и Финляндия.

Для каждого отдельного вида туризма выделены факторы, являющиеся определяющими для туристов при выборе страны назначения.

Для автомобильного туризма такими факторами являются состояние дорог, охват автомобильными дорогами достопримечательностей, наличие бюджетных отелей вблизи дорог, наличие и доступность карт и владение работниками туристской инфраструктуры иностранными языками.

Для культурно-познавательного туризма - наличие культурно-исторических памятников, инсценировка исторических событий, проведение карнавалов, возможность ознакомления с национальным бытом и возможность попробовать национальную пищу.

Для молодежного туризма - наличие бюджетных отелей, возможность покупки национальной пищи в городе, проведение фестивалей и карнавалов, наличие культурно-исторических памятников и достопримечательностей и уровень индустрии развлечений.

Для паломнического туризма - наличие мест паломничества, уникальность таких мест, наличие бюджетных средств размещения, наличие в свободном доступе карт на иностранных языках и владение работников инфраструктуры иностранными языками.

Для экологического туризма - наличие экологически чистых территорий, национальных парков, заповедников и заказников, наличие уникальных природных объектов, возможность ознакомления с национальным бытом, возможность попробовать национальную пищу и наличие недорогих средств размещения.

Данные показатели были оценены экспертным методом и по ним были построены модели конкурентоспособности каждого отдельного вида туризма при помощи метода оценки конкурентоспособности - многоугольника конкурентоспособности.

Для оценки коэффициента конкурентоспособности каждого отдельного вида туризма были также использованы понижающие коэффициенты для каждой отдельной страны. Данный коэффициент формировался на основании политической ситуации, экологической обстановки, эпидемиологической ситуации, менталитета граждан, наличия и условий визового режима, количества несчастных случаев, произошедших с туристами во время путешествия и природных катастроф в стране назначения, путем выставления значения каждого показателя, их суммирования и отношения к общему количеству показателей. Каждому показателю присваивается значение 0 (в случае, если состояние фактора отрицательно влияет на возможность развития туризма в регионе) или 1 (в случае, если состояние фактора положительно влияет на возможность развития туризма в регионе). Значение 0,5 присвоено фактору «наличие и условия визового режима», так как его наличие снижает привлекательность страны с точки зрения туризма, однако получение визы для въезда в страну является обычным для развитых стран, а следовательно, не может существенно повлиять на количество въезжающих в страну туристов.

На основании данных факторов были установлены следующие понижающие коэффициенты: Республика Беларусь - 0,634, Германия - 0,5, Италия - 0,5, Франция - 0,357, Израиль - 0,5, Финляндия - 0,929. На основании этого были определены коэффициенты конкурентоспособности туристской отрасли Республики Беларусь: автомобильный туризм - 0,12, культурно-познавательный туризм - 0,18, молодежный туризм - 0,08, паломнический туризм - 0,08, экологический туризм - 0,7, по которым был определен уровень конкурентоспособности туристской отрасли Республики Беларусь.

На основе факторов, влияющих на привлекательность туристского региона, были определены основные факторы, сдерживающие развитие туристской отрасли: отсутствие бюджетных гостиниц, отсутствие в наличии и свободном доступе туристских карт Республики Беларусь на иностранных языках, отсутствие организации международных фестивалей и карнавалов, отсутствие достаточного предложения национальной пищи в местах общественного питания и отсутствие знаний иностранных языков у работников туристской инфраструктуры.

Для устранения данных сдерживающих факторов были предложены 3 мероприятия: выпуск туристских автомобильных карт, строительство бюджетных гостиниц и проведение ежегодного международного карнавала.

Экономический эффект от реализации максимального объема карт (105 410 шт.) составит 210 414 030 бел. руб. Для покрытия всех затрат по производству карт (составление, перевод, печать) необходима реализация 867 карт. Также необходимо учитывать, что при печати на качественной бумаге и профессиональном художественном оформлении возможна реализация большего количества карт (возможно приобретение карт в качестве сувениров и подарков). При выпуске некоторого объема туристских карт необходимо соблюдать языковую пропорцию: на русском языке - 39 %, английском - 32,17 %, немецком - 9,8 %, литовском - 9,45 %, турецком - 5,34 % и итальянском - 4,24 %.

На территории Республики Беларусь целесообразно строительство 8 бюджетных гостиниц в Бресте, Витебске, Гродно, Гомеле, Занарочи, Минске, Могилеве и Слониме. Для строительства рекомендуется сдача земли в аренду на длительный срок международным крупным организациям по строительству бюджетных гостиниц. При средней площади гостиницы 2000 м² прибыль государства от сдачи земли в аренду составит 443 022 800 бел. руб.

При организации карнавала для полного погашения все затрат необходимо привлечение 15 397 чел. Исходя из мировой статистики, посещаемость карнавала составляет около 1 200 000 чел, что может позволить Республике Беларусь получить экономический эффект в размере 418 562 000 000 бел. руб.

При внедрении данных мероприятий следует принимать во внимание и факт получения экономикой Республики Беларусь социального эффекта от внедрения последних 2-х мероприятий: создание дополнительных рабочих мест, развитие инфраструктуры региона, дополнительные заказы на строительные материалы, продукты питания, улучшение экономического состояния различных отраслей хозяйствования (пищевая, гостиничная, ателье, театральная и др.). Все это также способствует повышению туристского имиджа Республики Беларусь.

Внедрение данных мероприятий поможет увеличить конкурентоспособность туристской отрасли Республики Беларусь в 3,53 раза.