

## **МЕТОДИЧЕСКИЙ ПОДХОД К ОПРЕДЕЛЕНИЮ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ ТУРИСТСКОЙ ОТРАСЛИ**

**Е. Н. Карчевская, Ю. А. Морозова**

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

Для формирования конкурентоспособного национального туристского продукта Беларуси в рамках Государственной программы развития туризма в Республике Беларусь на 2011–2015 гг. предполагается разработка эффективной стратегии по продвижению отечественных туров, сосредоточенной на ключевых направлениях туристских рынков [1]. Создание конкурентоспособного туристского продукта на основе сохранения и использования элементов местного природного и историко-культурного наследия, а также увеличение социально-экономического эффекта от развития туристской деятельности является одной из важнейших современных тенденций развития мирового туристского рынка.

В основу настоящего исследования положена система оценочных показателей, позволяющих отразить как традиционные аспекты функционирования туристской отрасли, так и особенности регионального развития туризма. Разработанная методика оценки конкурентоспособности туристской отрасли включает анализ макроэкономических показателей развития туризма всей страны и анализ туристско-рек-

реационного потенциала региона, учитывающий влияние воздействия ресурсного, экологического, потребительского, инфраструктурного факторов развития туризма.

Для анализа конкурентоспособности туристской отрасли Республики Беларусь в рамках настоящего исследования был использован интегральный показатель. Для его расчета определены отдельные показатели конкурентоспособности отрасли путем их сравнения с базовыми, эталонными показателями или показателями для отраслей-конкурентов по формуле (1):

$$Q_i = \frac{P_i}{P_{io}}, \quad (1)$$

где  $Q_i$  – показатель конкурентоспособности по  $i$ -му параметру;  $P_i$  – величина  $i$ -го параметра отрасли;  $P_{io}$  – величина  $i$ -го параметра для отрасли-эталона.

Затем рассчитывался интегральный показатель конкурентоспособности (сводный индекс конкурентоспособности) по формуле (2):

$$K = \sum_{i=1}^n A_i Q_i, \quad (2)$$

где  $n$  – число оцениваемых параметров;  $A_i$  – вес  $i$ -го параметра.

Анализ значений  $K$  показывает, чем ближе  $K$  приближается к единице, тем больше по набору оценочных параметров данный товар соответствует эталонному образцу.

При выборе образца-конкурента необходимо, чтобы он и оцениваемый товар были аналогичными по значению и условиям использования и предназначались для одной группы потребителей. Поэтому для сравнения показателей были выбраны страны с наиболее схожими туристскими продуктами. Это такие страны, как Литва, Латвия, Эстония, Польша, Чехия, Украина, Болгария и Финляндия [2], [3]. В качестве показателей, влияющих на развитие туристской отрасли, рассматривались государственная политика и регулирование в сфере туризма, работа турагентов и туроператоров, транспортная инфраструктура, туристско-рекреационный потенциал, развитие индустрии размещения, состояние средств досуга и развлечения, работа общественных туристских организаций, визовый режим, сфера питания.

Анализ показал, что туристский комплекс Республики Беларусь близок по своим показателям к Финляндии, Болгарии, Латвии и Литве. По сравнению с Эстонией и Чехией индекс конкурентоспособности ниже; это объясняется тем, что Чехия обладает конкурентоспособными лечебными ресурсами, а Эстония имеет хорошо развитую инфраструктуру. Учитывая вышеуказанное, можно предложить в качестве стран-эталонов Финляндию, Болгарию, Латвию и Литву. Результаты расчетов показали, что туристская отрасль Республики Беларусь уступает в развитии выбранному эталону. Следовательно, в развитии туристского комплекса Республики Беларусь необходимо направить усилия на модернизацию материально-технической базы туризма, повышение имиджа страны на международном рынке, необходимы маркетинговые усилия для представления страны на международном рынке и эффективного продвижения туристического продукта.

Кроме того, в пределах страны необходимо выделить наиболее привлекательные для развития туризма территории (административные районы), располагающие набором аттрактивных ресурсов, имеющие потенциал для развития въездного и внутреннего туризма. С этой целью может быть использован показатель – сравнительный индекс туристского потенциала (3):

$$И = \sum_{i=1}^n I_i k_j, \quad (3)$$

где И – сравнительный индекс туристского потенциала административного района;  $I_i$  – интегральный показатель воздействия фактора туризма;  $k_j$  – коэффициент интенсивности воздействия фактора.

Анализ Гомельской области показал, что в ее пределах наиболее привлекательными для развития туризма (прежде всего, экологического) являются административные районы, имеющие устойчивые экосистемы – Лельчицкий, Житковичский, Калинковичский, Петриковский районы. В то же время востребовано создание системы мониторинга экологической ситуации на территории области (в первую очередь, в Гомельском, Мозырском, Светлогорском, Жлобинском, Речицком районах).

Таким образом, результаты, полученные с использованием предлагаемых методик анализа конкурентоспособности туристского комплекса, могут быть положены в основу создания научно обоснованных программ развития туризма Республики Беларусь и ее регионов.

#### Л и т е р а т у р а

1. Государственная программа развития туризма в Республике Беларусь на 2011–2015 гг. // Нац. реестр правовых актов Респ. Беларусь. – 2011. – № 5/33538.
2. Туризм в Республике Беларусь. – Режим доступа: <http://belstat.gov.by/homep/ru/indicators/pressrel/tourism.php>.
3. World Travel & Tourism Council. – Режим доступа: [http://www.wttc.org/site\\_media/uploads/downloads/belarus2013.pdf](http://www.wttc.org/site_media/uploads/downloads/belarus2013.pdf).