

РАЗВИТИЕ ТУРИСТИЧЕСКОЙ ИНДУСТРИИ В УСЛОВИЯХ ГЛОБАЛИЗАЦИИ И ЭКОНОМИЧЕСКОЙ ИНТЕГРАЦИИ

*Е.А. Баханович, ассистент
БГЭУ (Минск)*

ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ ТУРИЗМА В РЕСПУБЛИКЕ БЕЛАРУСЬ В УСЛОВИЯХ ГЛОБАЛЬНОЙ КОНКУРЕНЦИИ

Значительным мероприятием, ожидающим нашу страну, является проведение в Минске в 2014 г. 78-го чемпионата мира по хоккею. Необходимость привлечения инвестиций для строительства объектов размещения и питания, поддержание рентабельности этих объектов после проведения чемпионата, развитие инфраструктуры и другие направления развития туризма и их технико-экономическое обоснование нашли отражение в «Государственной программе развития туризма в Республике Беларусь на 2011-2015 годы». Перед туристическими предприятиями и органами власти поставлена задача повышения экспорта туристических услуг, для выполнения которой белорусский национальный туристический продукт должен эффективно продвигаться на международном рынке туризма. Эффективность продвижения туристического продукта зависит от его конкурентоспособности, выбранной конкурентной стратегии его продвижения и инструментов реализации данной стратегии.

Объектом продвижения на международном рынке туризма является как страна в целом, так и отдельные регионы, административно-территориальные единицы и даже предприятия. Существует взаимосвязь между развитием региональных и локальных территорий и повышением национальной конкурентоспособности государства. Выход страны, региона или предприятия на международные рынки сбыта означает вступление в мультинациональную или глобальную конкуренцию.

Мы можем засвидетельствовать наличие субъектов глобальной конкуренции в Республике Беларусь: отель «Crowne Plaza» международной гостиничной цепи Intercontinental Hotels Group, представителями международного транспорта компаний «Австрийские авиалинии — Austrian Airlines», «Lufthansa» и др. Участники глобальной конкуренции имеют единые стандарты обслуживания и позиционируют себя для многих стран мира.

Республика Беларусь также представляет субъекты глобальной конкуренции, например, РУП «Национальная авиакомпания «Белавиа». Компания является членом Международной ассоциации воздушного транспорта, IATA, имеет 37 официальных представительств в раз-

личных странах мира, сотрудничает с 52 авиакомпаниями-партнерами в форме интерлайн-, код-шеринговых и СПА-соглашений, что позволяет оформлять единые бланки билетов по маршруту независимо от числа перевозчиков, выполнять совместные рейсы и т.д. Однако одного или нескольких субъектов недостаточно для выхода страны на уровень глобальной конкуренции.

Согласно исследованиям проблем малого и среднего бизнеса в Беларуси, проведенным Исследовательским центром ИПМ (исследования, прогнозы, мониторинг), самые высокие средние оценки имеют такие факторы конкурентоспособности Беларуси, как качество инфраструктуры, связь оплаты труда и производительности. Инвестиционный климат в стране, уровень налогообложения имеют низкие оценки, что свидетельствует об отрицательных предпосылках формирования конкурентоспособности.

В глобальном рейтинге конкурентоспособности Беларусь занимает средние позиции, но ее опережают Латвия, Чехия, Венгрия, Эстония и др. Индекс бизнес-климата в 2011 г. снизился, что неблагоприятно для развития предпринимательской деятельности. В 2011 г. число организованных туристов в Беларусь уменьшилось, но количество поездок со служебными и частными целями увеличилось. Объединенные стенды Республики Беларусь с участием Национального агентства и туристических предприятий были и будут в дальнейшем представлены на международных специализированных выставках. Учитывая некоторые положительные тенденции, у белорусского туризма есть предпосылки для занятия определенного места на международном рынке туризма и достойного представления национального туристического продукта в условиях глобальной конкуренции.

*П.А. Литвинов, ассистент
БГЭУ (Минск)*

ПРОБЛЕМЫ И ПЕРСПЕКТИВЫ ЭКСКАУРСИОННОЙ РАБОТЫ В РЕСПУБЛИКЕ БЕЛАРУСЬ НА СОВРЕМЕННОМ ЭТАПЕ

В последние десятилетия современный мир в большей степени определяют тенденции глобализации и интеграции. Для успешного развития любой национальной экономики последняя должна придерживаться мировых тенденций. Соответственно экскурсионная работа в Республике Беларусь как одно из основных направлений туризма для выхода на международный туристический рынок должна создавать конкурентный и эффективный продукт.

К сожалению, экономические условия, в которых находилась туристическая индустрия, и социальная трансформация общества и его потребностей привели к ситуации, когда национальный экскурсион-