

Литература

Бизнес в агро- и экотуризме : пособие / под общ. ред. А. И. Тарасенка. — Минск : Четыре четверти, 2014.

В.И. Форишевская
БГЭУ (Минск)

МАРКЕТИНГ НАЦИОНАЛЬНОГО ТУРИСТИЧЕСКОГО ПРОДУКТА

Беларусь — страна с огромным культурным наследием. Памятники Беларуси являются свидетелями событий, происходивших во время существования Великого княжества Литовского, Речи Посполитой, Российской империи; множество объектов культурного наследия нашей страны напоминают нам о жертвах Второй мировой войны. Все это создает хорошие предпосылки для привлечения туристов на территорию Беларуси, в особенности туристов из тех стран, чья история переплеталась в течение веков с историей нашей страны, и впоследствии при эффективном использовании туристических ресурсов у Беларуси имеются все шансы на формирование положительного туристического имиджа.

Очевидным является то, что отдельно взятые туристические предприятия не способны обеспечить большой приток туристов. Из этого следует вывод, что этот вопрос должен рассматриваться на национальном уровне. В Беларуси органом, который формирует туристическую политику государства, является Министерство спорта и туризма (МСиТ). Также в задачу МСиТ и подчиненного ему Национального агентства по туризму (НАТ) входит и непосредственно маркетинг национального туристического продукта.

2014 г. придавали огромное значение для способствования развития туристической индустрии в Беларуси, так как в этом году в Беларуси проводился Чемпионат мира по хоккею с шайбой. Это являлось уникальной возможностью для Беларуси заявить о себе на мировом туристическом рынке. Однако недавно полученные статистические данные о посещении нашей страны иностранными туристами были далеко не такими оптимистичными, как ожидалось. Так, в 2014 г. количество иностранных туристов, посетивших Республику Беларусь, составило 137,444 тыс. чел., а увеличение численности туристов по сравнению с 2013 г. составило всего лишь 623 чел. (0,46 %) [1, с. 197]. На основании этих данных можно сделать вывод о достаточно низком уровне работы МСиТ и НАТ по привлечению туристов в нашу страну даже накануне мирового спортивного события. Главная причина этому — слабая развитость системы маркетинга национального туристического продукта.

Для привлечения туристов в Беларусь и соответственно для увеличения прибыли от туристической деятельности рекомендуется уделять большее внимание маркетингу национального туристического продукта. С целью повышения имиджа страны автор предлагает акцентировать внимание на следующих аспектах:

1) усиление сотрудничества в области туризма с различными странами (в первую очередь со странами СНГ и Восточной Европы), а также с зарубежными туристическими предприятиями и международными туристическими организациями;

2) создание сильной рекламной кампании, которая использовала бы имеющиеся на территории Беларуси туристические ресурсы в максимальном объеме;

3) обеспечение доступности страны для въезда иностранных посетителей (упрощение визового режима, улучшение организации воздушного сообщения и т.д.).

При эффективном маркетинге национального туристического продукта и обеспечении доступности страны для иностранных туристов у Республики Беларусь имеются хорошие шансы повысить посещаемость страны и соответственно увеличить доходы от туристической деятельности.

Литература

1. Статистический ежегодник : сб. ст. / под общ. ред. И. В. Медведевой. — Минск, 2015.

2. Дурович, А. П. Маркетинг в туризме : учеб. пособие / А. П. Дурович, А. С. Копанев ; под общ. ред. З. М. Горбылевой. — Минск : Экономпресс, 1998.

П.И. Харута
БГЭУ (Минск)

ПРОБЛЕМЫ И ПЕРСПЕКТИВЫ ВЪЕЗДНОГО ТУРИЗМА В БЕЛАРУСИ

Конец 2015 г. внес сумятицу и тревожное ожидание в туристический бизнес. Сложный период наступил для въездного туризма, что было обусловлено политическими и экономическими факторами. Въездной туризм на этом фоне несколько выиграл: геополитическая обстановка обусловила рост количества туристов из России. Тем не менее, в нынешней весьма сложной экономической ситуации данный тренд вряд ли является долгосрочной перспективой.

Опираясь на опыт предыдущих лет, обратимся к статистике организованных прибытий в Беларусь: к сожалению, тут мы бьем все антирекорды — всего около 120 тыс. зарубежных туристов на протя-