

ков рынка за право поиска своего покупателя, за возможность продажи товара на наиболее выгодных условиях, захвата определенной доли рынка и получение соответствующей прибыли.

Литература

1. *Багиев, Г. Л.* Маркетинг : учеб. для вузов / Г. Л. Багиев, В. М. Тарасевич, Х. Анн ; под ред. Г. Л. Багиева. — Минск : Экономика, 2008.

2. *Волонцевич, Е. Ф.* Конкурентоспособность предприятия туристической индустрии : учеб.-метод. пособие / Е. Ф. Волонцевич. — Минск : РИПО, 2014.

О.И. Славецкая
БГЭУ (Минск)

СОВРЕМЕННЫЕ ТЕНДЕНЦИИ РАЗВИТИЯ РЫНКА МЕЖДУНАРОДНОГО ТУРИЗМА И ИХ ВЛИЯНИЕ НА РАЗВИТИЕ ТУРИЗМА В РЕСПУБЛИКЕ БЕЛАРУСЬ

Международная торговля туристическими услугами — один из самых доходных и активно развивающихся секторов мировой экономики, на долю которого приходится 9,8 % мирового ВВП, каждое 11-е рабочее место, 30 % мирового экспорта услуг и 6 % общего экспорта товаров и услуг.

Уже шестой год подряд наблюдается тенденция роста международных прибытий на +4 %. Лидерами по темпам роста выездного туризма в 2015 г. стали Китай, США и Великобритания, чему способствовали сильная валюта и оживление экономики. Объем туристических расходов России и Бразилии снизился в связи с экономическими ограничениями и ослаблением курса рубля [1]. В Беларуси тенденция роста иностранных прибытий также сохраняется. По данным Национального статистического комитета, в 2010 г. количество международных прибытий составило 120,1 тыс. чел., в 2014 г. — 136,8 тыс. чел. Государственный пограничный комитет предоставляет другие данные: 2010 г. — 5673,8 тыс. чел., 2013 г. — 6240,4 тыс. чел. Стоит обратить внимание на существенную разницу предоставленных данных, что говорит о несовершенстве официальной статистики.

На одну из мировых тенденций также повлияла социально-демографическая ситуация. Рост доли населения пожилого возраста ориентировал туроператоров на создание продуктов для зрелого сегмента туристического рынка. По шкале демографического старения ООН Беларусь считается стареющей нацией, однако из-за финансовых проблем тенденция увеличения количества туристов старше 60 лет не наблюдается. Еще одна тенденция — распространение самостоятельного туризма, не требующего услуг турфирм. В Беларуси такой

вид туризма становится популярным лишь среди неплатежеспособной части населения — молодежи.

Активно происходит внедрение в туристическую индустрию новых компьютерных технологий (онлайн-бронирование, электронный билет). В Беларуси IT-технологии также внедряются, но с длительными временными лагами.

На протяжении многих лет формировался топ-10 стран-лидеров, въезжающих на территорию Беларуси. В 2014 г. рейтинг возглавила Россия, за ней — Латвия, Литва, Украина, Германия, Польша, Турция, Великобритания и Италия. С данным рейтингом коррелирует страновая принадлежность туристов, посетивших страну с бизнес-целями, что позволяет говорить о деловом туризме как важном сегменте туристической индустрии. Так, в Европе количество деловых путешествий за последние 5 лет выросло на 30 %. Для Беларуси перспективным является налаживание деловых отношений на туристическом рынке с Китаем. В 2015 г. был сделан первый шаг: Беларусь и Китай подписали протокол о взаимных безвизовых групповых турпоездках.

В рейтинге стран, принявших белорусских туристов в 2014 г., лидируют страны Восточного Средиземноморья и Египет: в 2013 г. численность организованных белорусских туристов, выехавших на отдых в Турцию, Египет и Грецию, впервые превысило численность организованных белорусских туристов, отдохнувших в Украине, — 178,5 тыс. и 175,7 тыс. соответственно. Продолжает сохраняться тенденция массовых шоп-туров в страны ближнего зарубежья. Однако в связи с участвовавшими терактами возникает потребность в безопасном туризме. Предполагается тенденция посещения наиболее безопасных направлений для отдыха [2].

Сальдо туристических услуг остается отрицательным: 2010 г. — 181,1 млн дол., 2014 г. — 298 млн дол. Конкурентоспособность Беларуси достаточно низкая: в 2015 г. наша страна не вошла в рейтинг по индексу конкурентоспособности сектора путешествий и туризма, публикуемому аналитической группой Всемирного экономического форума.

Можно прийти к выводу, что не все мировые тенденции находят отражение в туризме Беларуси. В то же время без оглядки на международные тенденции невозможно предоставлять туристический продукт, удовлетворяющий потребности потребителей.

Литература

1. Барометр международного туризма ЮНВТО [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <http://mkt.unwto.org/ru/barometer>. — Дата доступа: 28.02.2016.

2. Исследование агентства AonRiskSolutions [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <http://www.aon.com/risk-services>. — Дата доступа: 28.02.2016.