

средствах размещения, а также туристические гайды по Минску, Минскому району и некоторым городам Беларуси с описанием важнейших культурных объектов (HelloMinsk, KrokApp, Guide by Tripso). В дополнение к ним необходимо разработать приложение, позволяющее бронировать и заказывать билеты на авто- и железнодорожный транспорт, увеличить количество приложений-гайдов по небольшим городам или отдельным регионам Беларуси, расширить возможности приложений, содержащих информацию о заведениях питания (в них можно включить услугу бронирования мест); также есть необходимость создать приложение об услугах белорусских турфирм с возможностью заказа отдельной экскурсии.

Одним из самых перспективных направлений развития туризма в Беларуси является агротуризм. Его клиенты — это в основном семьи с детьми, которые путешествуют самостоятельно, не используя услуги туристических агентств, поэтому разработка мобильного приложения, ориентированного на них, создаст благоприятные условия для агротуристов и повысит привлекательность агротуристического продукта Беларуси.

Таким образом, создание мобильных приложений позволит улучшить и разнообразить условия пребывания туристов, обеспечить им доступ к важнейшей информации об объектах туристической инфраструктуры Беларуси, тем самым повысив привлекательность и конкурентоспособность белорусского национального туристического продукта.

*В.И. Форишевская
БГЭУ (Минск)*

Научный руководитель З.М. Горбылева — канд. экон. наук, доцент

МЕЖДУНАРОДНАЯ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТЬ ИНДУСТРИИ ТУРИЗМА РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ И ПУТИ ЕЕ ПОВЫШЕНИЯ

Индустрия туризма является одним из наиболее важных и быстрорастущих секторов экономики, в то время как обеспечение конкурентоспособности туристических дестинаций становится одним из основных направлений региональной политики, особенно в регионах и странах, зависящих от туризма. На сегодняшний день существует несколько методологических подходов к оценке конкурентоспособности туристической индустрии (модель Портера, модель Ритчи и Кроуча и др.). Одной из самых значительных разработок является индекс конкурентоспособности туризма и путешествий (далее — ИКТП), разработанный Всемирным экономическим форумом (далее — ВЭФ) в 2007 г. ИКТП представляет собой национальную оценку конкурентоспособности туристической отрасли при помощи анализа факторов и принимаемых правительством

мер, влияющих на развитие туристической индустрии в стране. Модель конкурентоспособности ВЭФ построена на 14 индикаторах, в которые входит 90 критериев, влияющих на конкурентоспособность дестинации (по состоянию на 2015 г.). Для каждого из рассматриваемых критериев ВЭФ составляет рейтинг стран, где первое место занимает страна с наилучшим результатом в данном критерии (по результату, полученному после конвертации), последнее место — страна с наихудшим результатом. Значение каждого из 14 индикаторов получается путем расчета среднего арифметического критериев, входящих в данный индикатор. Для каждого индикатора также имеется рейтинг стран, где первое место отводится стране с самым высоким средним арифметическим, последнее место — стране с самым низким. То же самое происходит при выставлении рейтинга стран по четырем группам: поддерживающая среда, туристическая политика и вспомогательные условия, инфраструктура и ресурсы. Если рассчитать среднее арифметическое конечных результатов для каждой из этих групп, то и получится индекс конкурентоспособности рассматриваемой страны [1].

Нами была проведена оценка конкурентоспособности туристической индустрии Республики Беларусь по ИКТП. По результатам проведенного исследования можно определить слабые места туристической индустрии Республики Беларусь: инфраструктура воздушного транспорта, открытость страны, приоритетность туризма для страны, природные ресурсы, инфраструктура туристической индустрии. По полученным результатам можно построить схему, которая дает нам наглядную информацию о значении каждого из 14 индикаторов для Беларуси, а также для стран Европы и Кавказа (рисунок).



Сравнение значений индикаторов ИКТП для Беларуси и стран Европы и Кавказа

Источник: составлено на основе [1, с. 10–11].

Считаем, что международная конкурентоспособность индустрии туризма Беларуси значительно улучшится при внедрении следующих

рекомендаций: улучшение инфраструктуры воздушного транспорта и инфраструктуры туристической индустрии; повышение значимости туризма на государственном уровне; увеличение роли государственно-частного партнерства в области туризма; вовлечение молодежи в туристическую индустрию; применение современных технологий и интерактивных заданий в туризме.

Литература

1. The Travel & Tourism Competitiveness Report, 2015 : report / World Economic Forum. — Geneva : World Economic Forum, 2015. — 519 p.

П.И. Харута

БГЭУ (Минск)

Научный руководитель П.А. Литвинов

ПЕРСПЕКТИВНЫЕ НАПРАВЛЕНИЯ РАЗВИТИЯ ВЪЕЗДНОГО ТУРИЗМА В БЕЛАРУСИ

2017 г. порадовал въездной туризм Беларуси значительным прогрессом: установление безвизового порядка въезда в Республику Беларусь на срок не более 5 суток при въезде через пункт пропуска «Национальный аэропорт Минск» для граждан 80 государств. Стоит отметить, что в предыдущие годы уже практиковалось разрешение иностранным туристам на три дня въезжать без виз на территорию Беловежской пуцци, а также гражданам Китая возможность 72 часа находиться в Беларуси без визы. Следовательно, для привлечения туристов из-за рубежа стоит уделить особое внимание тем направлениям, которые будут пользоваться спросом среди иностранных гостей.

В последнее время весьма популярным становится деловой туризм, подтверждением чему служит и основная тематика крупнейшего форума в Беларуси в области въездного туризма *Buy Belarus*, состоявшегося в Минске 25 октября 2016 г. [1]. Участники форума с приятным удивлением открывали для себя Беларусь. Помимо уже завоевавших признание и любовь туристов, гостей ознакомили с новейшими туристическими комплексами «Красный бор», «Наносы» и др. Современная туристическая инфраструктура нашей страны, к сожалению, все еще не в полной мере способна предоставить достойные и качественные услуги в среде делового туризма.

Для привлечения данной категории клиентов сейчас уже мало обладать базовыми условиями для проведения конференций и совещаний, деловых встреч. Необходимо на высоком уровне обеспечивать культурную часть программы. На данном этапе пожелания туристов разного уровня достатка и интересов направлены на довольно сложный туристический продукт — анимационные программы. Стандартные экскурсии