

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 пуци, 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

и маршруты уже не привлекают искушенных клиентов, которым необходимо взаимодействие, интерактив с погружением в историю. Поэтому все большую популярность получают различного рода анимации, театрализованные представления, интерактивные мероприятия, квесты и т.п. Стоит отметить, что белорусский рынок уже подхватил это новшество и все более успешно внедряет данный вид продукта в туристическую сферу.

Серьезным препятствием к реализации этих направлений является языковой барьер, который, несмотря на все усилия, остается актуальной проблемой. Остро этот вопрос уже стоял во время чемпионата мира по хоккею в 2014 г. Например, столичное метро заговорило на английском языке (к слову, уже тогда были сделаны первые шаги к ослаблению визового режима). Сейчас же ситуация с английским языком более позитивная, но все еще далека от совершенства. Ведь для грамотного взаимодействия с туристами (анимационные программы должны еще помимо познавательной нести в себе функцию получения удовлетворения от процесса) все же правильнее и качественнее будет проводить подобные мероприятия на родном языке.

Таким образом, для успешной реализации проекта по установлению безвизового порядка с целью привлечения зарубежных туристов в Беларусь следует уделить особое внимание услугам делового туризма с качественными анимационными программами на родном для посетителей языке.

Литература

1. Инновационная маркетинговая компания Travel Connections [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <http://ru.travelconnections.by/events/workshop-2016-buy-belarus-25-oktyabrya-2016-g-minsk-belarus/reports/buy-belarus-25-oktyabrya-2016-g-minsk-belarus/>. — Дата доступа: 10.02.2017.

А.А. Царь
БГЭУ (Минск)

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

ВАЖНОСТЬ ЭКОНОМИЧЕСКОГО АНАЛИЗА ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ТУРИСТИЧЕСКИХ ОРГАНИЗАЦИЙ В УСЛОВИЯХ КРИЗИСА

На современном этапе важной задачей для организаций системы туризма является повышение эффективности. Главная роль в ее решении принадлежит экономическому анализу, обеспечивающему объективную оценку достигнутых результатов, способствующему повышению эффективности хозяйствования и качества обслуживания.

Несмотря на неоспоримую важность экономического анализа, в современных условиях накоплено еще недостаточно опыта в его проведе-