

далось незначительное уменьшение экономической эффективности туризма, однако, благодаря положительному показателю социальной эффективности, общий показатель эффективности туризма также оставался положительным. В 2016 г. показатель эффективности ушел в минус, что обусловлено спадом в производительности труда в сфере туризма, крайне низкой загрузкой средств размещения, убыточными туристическими организациями, а также кризисом, повлекшим за собой уменьшение реальных доходов населения и возможности пользоваться туристическими услугами. Однако в 2017 г. наблюдались очень хорошие показатели по обоим блокам эффективности, что означает правильно выбранную туристическую стратегию.

На основе данных таблицы можно наблюдать то, что рост общего интегрального показателя эффективности обусловлен в основном ростом социальной эффективности, которая сглаживает значительные колебания экономической эффективности туризма в Республике Беларусь. Таким образом, можно сказать, что туризм в настоящее время для Беларуси носит скорее социальную направленность, нежели является весомым источником дохода.

Источники

1. *Осипов, Б.А.* Методика оценки социально-экономической эффективности туризма / Б.А. Осипов // Вестн. ТГЭУ. — 2011. — № 3. — С. 5–11.
2. Туризм и туристические ресурсы в Республике Беларусь, 2018 : стат. сб. / Нац. стат. ком. Респ. Беларусь ; редкол.: И.С. Кангро [и др.]. — Минск, 2018. — 72 с.

Дж.Н. Машокиров

ТГУК (Душанбе, Таджикистан)

*Научный руководитель — Н.Г. Синяк, канд. экон. наук, доцент
УИИТ имени Святого Павла (Охрид, Македония)*

РОЛЬ МЕЖДУНАРОДНОГО ТУРИЗМА В РАЗВИТИИ ЭКОНОМИКИ СТРАНЫ

Международный туризм для многих стран в последние годы превратился в существенный источник увеличения доходов и развития национальной экономики. Анализ показывает, что такие высокоразвитые страны, как Швейцария, Австрия, Франция значительную долю благосостояния своего населения построили на доходах от туризма.

Международный туризм стал важным источником валютных поступлений для многих развитых и развивающихся стран. Например, удельный вес доходов от иностранного туризма в общей сумме поступлений от экспорта товаров и услуг составляет: в Испании — 18,3 %,

Австрии — 11,8, Греции — 33,6, Португалии — 14,9 на Кипре — 53 %. В большинстве развивающихся стран на долю иностранного туризма приходится 11–14 % доходов от экспорта товаров и услуг (Мексика, Индия, Египет, Парагвай, Коста-Рика).

В классификации Всемирной туристической организации (ВТО) выделяются страны, являющиеся в первую очередь странами-поставщиками туристов, и страны, являющиеся в первую очередь принимающими. К странам — поставщикам туристов относятся: США, Бельгия, Дания, Германия, Новая Зеландия, Швеция, Канада, Англия. К принимающим туристов странам относятся: Австралия, Италия, Швейцария, Франция, Кипр, Греция, Мексика, Португалия, Испания, Турция и др.

Исходя из этого, изучение вопросов, связанных с экономическим значением международного туризма, в странах с переходной экономикой приобретает особую актуальность. Поэтому в современной экономической литературе много внимания уделяется проблемам вхождения стран с переходной экономикой в рыночные отношения, которые создают определенные трудности в их развитии. Международный туризм считается эффективной формой экспорта, которая реализуется на территории страны во всех местах обслуживания туристов при реализации основных (размещение, питание, транспорт) и дополнительных (курортное лечение, экскурсии, спортивно-туристские и рекреационные занятия) услуг и товаров, необходимых для туристского потребления. Экономическая эффективность международного туризма связана, прежде всего, с поступлениями валют, что улучшает платежный баланс, а также способствует активизации экономики, как отдельных районов, так и целых стран. При отрицательном платежном балансе страны доходы от международного туризма могут служить важным источником его выравнивания. Ориентация на создание экспортного туристского сектора способствует освоению природных возможностей страны, использование которых в туризме повышает его экономическую эффективность. Производство туристских товаров и услуг особенно необходимо для стран, находящихся в стадии развития рыночных отношений. Эти страны обладают более дешевой рабочей силой, имеют относительно низкие цены на продукты питания, могут развивать производство товаров и услуг при минимальных потребностях в импорте. По такому пути развития среди стран ЦВЕ пошли Словения, Чехия, Венгрия, Хорватия, Польша, Болгария. Активизация туризма особенно актуальна для стран с недостаточным поступлением валютных средств. В результате затрат иностранных туристов туристский сектор по сравнению с другими отраслями быстрее поставляет валюту.

Оценка влияния международного туризма на экономику страны сводится к взаимосвязям сальдо туристского обмена и общего платежного баланса, которые находят отражение в статье продаж и покупок международных услуг. Общий размер этих поступлений и платежей

влияет на торговый баланс страны. Место и роль поступлений и расходов на международный туризм отражает величина сальдо туристского баланса и его влияние на общий торговый и платежный баланс страны.

Д.И. Можейко, Д.В. Савченко

БГЭУ (Минск)

Научный руководитель — И.В. Уриш, канд. экон. наук, доцент

ВЪЕЗДНОЙ ТУРИЗМ В РЕСПУБЛИКУ БЕЛАРУСЬ

Туризм является важным источником повышения благосостояния государства. Его можно рассматривать как систему, предоставляющую все возможности для ознакомления с историей, культурой, обычаями, духовными и религиозными ценностями данной страны и ее народа и дающую доход государству.

На сегодняшний день туристические прибытия в Республику Беларусь носят разовый, неорганизованный и слабопрогнозируемый характер, в связи с чем возникает необходимость оптимизации целевой структуры въездного туризма республики.

Актуальность данной темы обусловлена отсутствием конкурентоспособного дифференцированного национального туристского продукта в стране, в результате чего динамичное развитие в соседних государствах (Украине, Польше, Литве, Латвии и др.) направлений въездного туризма, аналогичных экспортным приоритетам туристского комплекса Беларуси (агротуризм, экотуризм, познавательные, охотничьи туры и др.), лишает нашу страну возможности занять собственную рыночную нишу в мировой туристической индустрии.

Проблемным аспектом в исследуемой теме можно выявить то, что туристический продукт, предлагаемый отечественными туроператорами, недостаточно разнообразен по спектру предлагаемых услуг, не дифференцирован по целевой аудитории, а также не соответствует международному уровню сервиса. Программы белорусских туроператоров, рассчитанные на прием иностранных туристов, во многом дублируют друг друга с незначительными изменениями маршрутов или средств размещения. Согласно данным официальной статистики, в силу факторов географической близости, общности исторического развития, тесных экономических и культурных связей, сходного уровня социально-экономического развития и стандартов туристского обслуживания, наиболее высокая степень потребления туристского продукта Беларуси характерна для стран-соседей, в особенности российского рынка. Для данной целевой группы помимо усовершенствования традиционно востребованных услуг санаторно-курортного комплекса и экскурсионных программ целесообразно