

УЧРЕЖДЕНИЕ ОБРАЗОВАНИЯ
«БЕЛОРУССКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ ЭКОНОМИЧЕСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ»

УДК 379.85:338.48

ТАРАСЕНОК
АЛЕКСАНДР ИВАНОВИЧ

**ГЕОЭКОНОМИЧЕСКИЙ МЕХАНИЗМ ОБЕСПЕЧЕНИЯ
КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ
НАЦИОНАЛЬНОЙ ТУРИСТИЧЕСКОЙ ДЕСТИНАЦИИ:
МЕТОДОЛОГИЯ И ПРАКТИКА РЕАЛИЗАЦИИ**

**Автореферат диссертации на соискание ученой степени
доктора экономических наук
по специальности 08.00.05 — экономика и управление
народным хозяйством (специализация — рекреация и туризм)**

Минск, 2018

Научная работа выполнена в УО «Белорусский государственный экономический университет»

Научный консультант Кабушкин Николай Иванович, доктор экономических наук, профессор, профессор кафедры, УО «Белорусский государственный экономический университет», кафедра экономики и управления туристической индустрией

Официальные оппоненты: Данильченко Алексей Васильевич, доктор экономических наук, профессор, декан, Белорусский национальный технический университет, факультет маркетинга, менеджмента, предпринимательства

Неверов Александр Васильевич, доктор экономических наук, профессор, профессор кафедры, УО «Белорусский государственный технологический университет», кафедра менеджмента, технологий бизнеса и устойчивого развития

Жудро Михаил Кириллович, доктор экономических наук, профессор, профессор кафедры, УО «Белорусский государственный экономический университет», кафедра экономики и управления предприятиями АПК

Оппонирующая организация Белорусский государственный университет

Защита состоится 15 июня 2018 г. в 14.30 на заседании совета по защите диссертаций Д 02.07.02 при УО «Белорусский государственный экономический университет» по адресу: 220070, Минск, просп. Партизанский, 26, ауд. 205 (1-й учеб. корпус), 209-79-56.

С диссертацией можно ознакомиться в библиотеке УО «Белорусский государственный экономический университет».

Автореферат разослан 14 мая 2018 года.

Ученый секретарь
совета по защите диссертаций

Миксюк С. Ф.

ВВЕДЕНИЕ

Межотраслевой туристско-рекреационный комплекс (ТРК) является, с одной стороны, объектом государственного управления, а с другой — объектом экономических исследований. Управление этим сектором национальной экономики преследует народно-хозяйственную цель — повышение конкурентоспособности Республики Беларусь на мировом рынке туризма, для достижения которой необходима разработка соответствующего экономического механизма, что является важной научной проблемой.

Существующие механизмы управления ТРК не позволяют в полной мере противостоять действию негативных факторов, связанных с последствиями кризисных явлений в экономике Республики Беларусь, соседних стран и мира в целом. Вместе с тем на протяжении всего периода существования Республики Беларусь как независимого государства актуальна проблема отстающего развития национального ТРК. Проведенные ранее в этой проблемной области экономико-ориентированные научные исследования предлагают комплексные решения, которые зачастую сложно применять в хозяйственной практике, так как они требуют сочетания больших материальных затрат, разнообразных компетенций, длительного времени, стабильности экономической среды. В современных социально-экономических условиях получить данное сочетание необходимых ресурсов практически невозможно, поэтому обозначенная проблема требует для своего решения разработки нового механизма развития национального ТРК, который имеет небольшие материальные, организационные и временные издержки и может быть создан на основе сочетания дестинационного и геоэкономического подходов.

Дестинационный подход, который используется в области управления ТРК в зарубежных странах, в белорусской экономической науке еще не получил распространения. На основе геоэкономического подхода могут быть выработаны стратегические решения, способные обеспечить опережающее развитие национального ТРК с учетом пространственно-экономических закономерностей в сфере туризма. Сочетание дестинационного и геоэкономического подходов в рамках диссертационного исследования позволяет заложить основы нового научного направления, решающего задачу построения механизма обеспечения конкурентоспособности туристической дестинации, — геоэкономики туризма.

ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА РАБОТЫ

Связь работы с научными программами (проектами), темами. Теоретические и методологические исследования по теме диссертации осуществлялись автором по темам «Проведение исследований по проблемным вопросам развития туризма в Республике Беларусь: инновационные инструменты про-

движения туристических услуг Республики Беларусь» (БГЭУ, 2010 г.) в рамках Национальной программы развития туризма в Республике Беларусь на 2008–2010 годы, «Проблемные факторы, сдерживающие развитие экспорта туристических услуг в Республике Беларусь» (БГЭУ, 2011 г.) в рамках Государственной программы развития туризма в Республике Беларусь на 2011–2015 годы, «Научно-методическое обеспечение образовательного процесса по специальности «Экономика и управление туристической индустрией» в условиях инновационного развития национальной системы образования Республики Беларусь» (БГЭУ, 2011–2015 гг.), «Обеспечение системного комплексного развития туристической индустрии Республики Беларусь на основе инновационных технологий» (БГЭУ, 2016–2020 гг.). Методические и практические разработки по теме диссертационного исследования выполнялись с целью решения задач проектов международной технической помощи «Местное предпринимательство и экономическое развитие» (№ 2/12/000555 от 10.08.2012, Министерство экономики Республики Беларусь), «Воложин без барьеров: усиление возможностей для предоставления социальных и рекреационных услуг для людей с инвалидностью в Воложинском районе» (№ 2/15/000774 от 11.09.2015, Министерство экономики Республики Беларусь) и «Поддержка устойчивого развития туризма в Беларуси» (№ 2/16/000791 от 14.03.2016, Министерство экономики Республики Беларусь). Отдельные аспекты выполнены в рамках НИР «Анализ факторов развития экологического туризма в заказнике „Споровский”» (БГУ, 2009–2010 гг.), «Обоснование рекомендаций по повышению эффективности использования туристической инфраструктуры Мозырского, Речицкого и Светлогорского лесхозов» (БГЭУ, 2012–2013 гг.).

Цель и задачи исследования. Целью исследования является теоретическое, методологическое и прикладное обоснование геоэкономического механизма обеспечения конкурентоспособности национальной туристической дестинации.

Для достижения цели исследования решаются следующие задачи:

- развить теорию и методологию обеспечения конкурентоспособности туристической дестинации с учетом пространственно-экономического характера туризма;
- разработать методологию оценки конкурентоспособности национальной дестинации Республики Беларусь;
- обосновать теоретическую модель геоэкономического механизма обеспечения конкурентоспособности национальной дестинации Республики Беларусь;
- предложить стратегические решения приведения в действие геоэкономического механизма обеспечения конкурентоспособности туристической дестинации Республики Беларусь;
- обосновать создание региональных дестинаций в структуре территориальной организации туристско-рекреационного комплекса Республики Беларусь.

В качестве объекта исследования выступает национальная туристическая дестинация, представляющая собой экономическую систему, состоящую из элементов межотраслевого ТРК. Предметом исследования является геоэкономический механизм обеспечения конкурентоспособности дестинации Республики Беларусь, охватывающий экономические и управленческие отношения, возникающие в процессе ее формирования и развития.

Научная новизна. К основным положениям диссертации, содержащим научную новизну, относятся:

- авторское научное направление — геоэкономика туризма, в рамках которого туристско-рекреационный комплекс национальной экономики впервые рассматривается на основе дестинационного и геоэкономического подходов; теоретически обосновано экономико-системное понятие дестинации, содержательно консолидированы учение о дестинациях, научное направление геоэкономики и концепция поляризации мирового туристического пространства, что в совокупности позволило заложить новые теоретико-методологические основы обеспечения конкурентоспособности ТРК страны;

- авторская методология оценки конкурентоспособности национальной дестинации, включающая методику оценки дестинации по широкому ряду индикаторов, интегрированных по пяти основным концептам дестинации — географическое место, цель путешествия, туристический продукт (далее — турпродукт), объект бизнеса и субъект конкуренции, — и методику оценки геоэкономического положения дестинации в поляризованном туристическом пространстве мира, которая была впервые применена для оценки конкурентоспособности национальной дестинации Республики Беларусь;

- теоретическая модель геоэкономического механизма обеспечения конкурентоспособности туристической дестинации, реализующая поступательное наращивание конкурентоспособности по пяти концептам дестинации — цель путешествия, турпродукт, объект бизнеса, субъект конкуренции и географическое место — за счет последовательного освоения внешних источников роста и включающая институциональный, компетентностный и маркетинговый блоки;

- стратегические решения приведения в действие геоэкономического механизма обеспечения конкурентоспособности дестинации, базирующиеся на авторской методике расчета индекса приоритетности рынков продвижения дестинации, который позволяет оценить уровень взаимной ориентации национальной дестинации и зарубежных рынков потребителей туристических услуг;

- комплекс стратегических действий по формированию региональных дестинаций на основе подхода компетентностного и институционального роста местных сообществ, который впервые обоснован и апробирован в практике управления ТРК.

Положения, выносимые на защиту.

1. Теоретико-методологические основы обеспечения конкурентоспособности туристической дестинации, формирующие базис нового научного направления — геоэкономики туризма — и включающие:

- учение о дестинациях в авторской интерпретации, рассматривающее дестинацию как экономическую систему, состоящую из элементов туристско-рекреационного комплекса;

- концепцию поляризации туристического пространства в качестве методологической основы сравнительной оценки конкурентоспособности национальных дестинаций;

- методологию геоэкономики как науки о стратегиях наращивания участия национальных экономик в перераспределении мирового дохода применительно к сфере туризма.

Новизна предложенных теоретико-методологических основ состоит в том, что туристско-рекреационный комплекс национальной экономики впервые рассматривается с точки зрения дестинационного и геоэкономического подходов. Теоретическое моделирование дестинации на базе структурирования межотраслевого ТРК позволяет рассматривать ее как экономическую систему, которая на уровне страны представляет собой национальную дестинацию. Конкуренция национальных дестинаций происходит в поляризованном туристическом пространстве, имеющем центры развития, полупериферийные и периферийные зоны. Конкурентоспособность национальной дестинации одновременно зависит от положения в туристическом пространстве (дестинация — объект) и вносит вклад в формирование его поляризованной структуры (дестинация — субъект). Цели конкурентной борьбы национальных дестинаций направлены на максимизацию выгоды от туризма и наращивание участия национальных экономик в перераспределении мирового туристического дохода. Методология обеспечения конкурентоспособности в достижении национальными экономиками подобных целей апеллирует к геоэкономике. Научный синтез учения о дестинациях, концепции поляризации туристического пространства и методологии геоэкономики позволяют сформировать авторское научное направление о выработке стратегических решений развития национальной дестинации с целью наращивания ее участия в перераспределении мирового туристического дохода — геоэкономике туризма.

2. Методология оценки конкурентоспособности национальной дестинации, научная новизна и специфика которой состоит в следующем:

- национальная дестинация рассматривается как пятикомпонентный объект оценки по основным концептам: географическое место, цель путешествия, объект бизнеса, турпродукт, субъект конкуренции;

- основные концепты дестинации определяют соответствующие критерии оценки ее конкурентоспособности, к которым относятся обеспеченность ресурсами (концепт — географическое место), доступность, безопасность и известность (цель путешествия), уровень развития туристической индустрии (турпродукт), инвестиционная привлекательность (объект бизнеса), успешность в прошлом, настоящем и будущем (субъект конкуренции);

- авторская методика оценки конкурентоспособности национальной дестинации основана на расчете ряда нормализованных индикаторов, соответствующих критериям оценки пяти концептов сравниваемых дестинаций;

- национальная дестинация рассматривается как объект в поляризованном туристическом пространстве и субъект, участвующий в его формировании и разделении на центр, полупериферию и периферию;

- авторская методика оценки геоэкономического положения национальной дестинации, структурирующая мир в разрезе национальных экономик по уровню базовых индикаторов туристического спроса и предложения на зоны центра, близкой полупериферии, дальней полупериферии и неразделенной периферии.

Применение авторской методологии позволяет определить концептуальные векторы стратегии повышения конкурентоспособности туристической дестинации Республики Беларусь (переход из периферийной зоны мирового туристического пространства в полупериферийную и далее в центральную) и установить измеримые геоэкономические цели ее развития (крайние параметры улучшения геоэкономического положения).

3. Теоретическая модель геоэкономического механизма обеспечения конкурентоспособности национальной дестинации, отличительными особенностями и структурными компонентами которой являются:

- определение геоэкономического механизма обеспечения конкурентоспособности национальной дестинации как составной части хозяйственного механизма и вида экономического механизма, представляющего собой систему институтов и методов управления ТРК, направленных на улучшение положения национальной дестинации в поляризованном туристическом пространстве и формирование иерархически полноструктурной дестинации;

- принцип быстрого приведения механизма в действие с целью последовательного использования внешних факторов ближнего окружения экономической системы дестинации в качестве источников поступательного роста ее конкурентоспособности;

- процесс наращивания конкурентоспособности и участия национальной дестинации в перераспределении мировых туристических доходов в результате последовательной мобилизации внешних источников роста в соответствии с концептами дестинации по цепочке «политические круги — цель путешест-

вия — туристы — объект бизнеса — инвесторы — турпродукт — посредники — субъект конкуренции — конкуренты — географическое место — дальние рынки»;

- институциональный блок механизма, который обеспечивает развитие стимулирующих и поддерживающих институтов в структуре туристско-рекреационного комплекса, необходимых для формирования национальной дестинации как экономической системы (упрощение формальностей туризма, стимулирование кооперации и партнерства, привлечение альтернативных авиаперевозчиков, трансграничное сотрудничество, создание общественного института дестинации);

- компетентностный блок механизма, который направлен на развитие трудовых, ресурсных, аналитических и управленческих компетенций ТРК, являющихся поддерживающей детерминантой конкурентных преимуществ национальной дестинации в условиях построения экономики знаний;

- маркетинговый блок механизма, содержательно построенный на философской теории диалога культур, в соответствии с которой эффективное продвижение дестинации обеспечивается в процессе реализации диалоговой концепции (построение диалога культур между туристом и дестинацией; создание образа дестинации, подчеркивающего или имитирующего цивилизационный, исторический или географический разрыв между дестинацией и туристом; обеспечение участия туриста в создании собственных впечатлений).

Новизна авторской теоретической модели состоит также в том, что предлагаемый механизм предусматривает исключительное использование методов позитивного стимулирования внешних источников роста и внутренних факторов конкурентоспособности туристической дестинации Республики Беларусь в сочетании с минимизацией государственных расходов и временных затрат.

4. Обоснование стратегических решений приведения в действие геоэкономического механизма обеспечения конкурентоспособности туристической дестинации Республики Беларусь, содержательными особенностями и структурными компонентами которых являются:

- определение приоритетных рынков продвижения национальной дестинации на основе авторской методики расчета индекса, показывающего силу взаимной ориентации рынков потребителей услуг и туристической дестинации;

- построение эффективно соподчиненной структуры методов продвижения национальной дестинации на внешние рынки, во главе которой находятся либерализация визового режима для въездного туризма и разработка полнофункционального национального портала дестинации, призванные максимизировать действие других инструментов продвижения нижестоящих уровней;

- разработка плана реализации соподчиненного инструментария продвижения национальной дестинации с учетом приоритетности зарубежных рынков потребителей туристических услуг и экономического эффекта выравнивания туристического баланса страны.

Научная новизна предложенного обоснования стратегических решений состоит в том, что его ключевым компонентом является авторский индекс приоритетности рынка продвижения дестинации, расчеты которого впервые позволили задать оптимальные внешнеэкономические векторы туристической политики Республики Беларусь в условиях ограниченных государственных расходов на маркетинг национальной дестинации (продвижение на рынки стран-соседей и альтернативные рынки стран с высоким уровнем туристической избирательности Республики Беларусь).

5. Комплекс стратегических действий по формированию региональных дестинаций в структуре территориальной организации ТРК Республики Беларусь, содержательными особенностями и структурными компонентами которой являются:

- направленность на формирование региональных дестинаций с целью создания полноструктурной национальной дестинации;

- методика создания региональных дестинаций на основе государственно-частного сотрудничества между организациями, учреждениями, предпринимателями и населением;

- развитие институтов государственно-частного сотрудничества, кооперации и самоорганизации туристических кластеров методами проведения конкурса общественных инициатив и стратегического планирования;

- развитие трудовых, управленческих и ресурсных компетенций методами интенсивного обучения, обмена опытом и внешнего трансфера;

- стимулирование маркетинговой активности представителей разных отраслей регионального туристско-рекреационного комплекса.

Научная новизна предложенного комплекса стратегических действий заключается в приоритетности институционального и компетентностного потенциала местных сообществ над ресурсным при создании региональных дестинаций, что гармонично дополняет устоявшуюся практику создания элементов территориальной организации туризма на основе оценки туристско-рекреационных ресурсов. Эмпирическая оценка реализации инструментария внутреннего действия геоэкономического механизма обеспечения конкурентоспособности национальной дестинации показала его высокую результативность в практике управления туризмом, которая была проведена в пилотных районах страны. Внедренная в практику на примере сектора агроэкотуризма авторская методика создания региональных дестинаций стимулирует развитие туристического бизнеса в местных сообществах.

Личный вклад соискателя ученой степени. Все теоретико-методологические, методические и практические разработки осуществлены соискателем ученой степени самостоятельно.

Апробация диссертации и информация об использовании ее результатов. Результаты диссертационного исследования докладывались на международных научно-практических конференциях, в том числе «Туризм и региональное развитие» (Смоленск, 2002, 2006), «Предпринимательство в Беларуси: опыт становления и перспективы развития» (Минск, 2008, 2010, 2011), «Туризм и рекреация: фундаментальные и прикладные исследования» (Москва, 2009), «Стан та перспективи інформаційно-інноваційного розвитку ринку туристичних послуг» (Святогорск, 2010), «Иновационные технологии в сфере туризма, гостеприимства, рекреации и экскурсоведения» (Минск, 2011), «Первая международная конференция по сотрудничеству и формированию согласованной политики в вопросах развития культурно-познавательного туризма на пространстве СНГ» (Москва, 2011), «Туризм та сближення культур» (Киев, 2011), «Экономический рост Республики Беларусь: глобализация, инновационность, устойчивость» (Минск, 2011–2016), «Управління туристичною індустрією: методологія і практика» (Полтава, 2014), круглых столах проектов TEMPUS, бизнес-тренингах, семинарах Министерства спорта и туризма Республики Беларусь, а также в монографии по материалам конференции «Потенциал и перспективы развития туристического хозяйства в Центральной и Восточной Европе» (Торунь, 2016). Использование результатов исследований подтверждено девятью актами о внедрении.

Опубликование результатов диссертации. По теме диссертации опубликовано 100 работ, включающих 4 монографии (в том числе одна — единолично), 24 статьи — в научных изданиях, учитываемых ВАК Республики Беларусь при оценке выполнения требований по опубликованности результатов диссертационных исследований, 5 — зарубежных научных рецензируемых изданиях, 7 — рецензируемых сборниках научных трудов, 27 — материалах и тезисах докладов конференций, 33 методические, учебные, практические и другие публикации. Объем публикаций, соответствующих п. 18 Положения о присуждении ученых степеней и присвоении ученых званий в Республике Беларусь, составляет 33,0 авторского листа.

Структура и объем диссертации. Диссертация состоит из введения, общей характеристики работы, пяти глав, заключения, библиографического списка, включающего 486 наименований, и приложений. Диссертационное исследование изложено на 400 страницах. Объем, занимаемый 46 рисунками, 45 таблицами, 10 приложениями, составляет 156 страниц.

ОСНОВНОЕ СОДЕРЖАНИЕ

В первой главе «**Теоретико-методологические основы обеспечения конкурентоспособности туристической дестинации**» проанализированы исследования проблем рекреации и туризма, обосновано авторское определение дестинации как экономической системы, теоретически обосновано авторское научное направление «геоэкономика туризма», являющееся субъектом научного обеспечения конкурентоспособности туристической дестинации.

Туристско-рекреационный комплекс Республики Беларусь является видом межотраслевого хозяйственного комплекса и объединяет взаимосвязанные отрасли и производства, обеспечивающие создание, распределение и реализацию услуг с целью удовлетворения спроса на туризм и рекреацию. Вклад в экономические исследования отдельных элементов национального ТРК внесли такие ученые, как Н.И. Кабушкин, З.М. Горбылева, Е.Ф. Волонцевич, Г.А. Бондаренко, О.С. Шимова, И.А. Горбылева, А.Г. Траскевич, С.А. Самаль, С.А. Лученок и др. Исследователи экономических проблем ТРК Республики Беларусь до настоящего времени не использовали дестинационный подход, применяемый в представленном диссертационном исследовании и основанный на учении о дестинациях.

Учение о дестинациях сформировано такими учеными, как В. Альтхоф, К. Каспар, Э. Лавс, Т. Бигер; его продолжают развивать И.В. Зорин, Х. Пехланер, С. Пайк, Б. Пиккемаат, С. Венгесаи, П. Змышлоны, Ю. Ванг, Б. Свенсон, Л.Р. Шихан, Л. Руханен, Дж. Ритчи, М.А. Морозов, Д.Ю. Дудецкий, Т.В. Львова, М.Н. Войт, Л.Г. Кирьянова, М.В. Артамонова, О.И. Вапнярская, Т.М. Кривошеева и др. В их исследованиях до настоящего времени туристическая дестинация не постулировалась как экономическая система.

Модель дестинации как экономической системы строится на научном синтезе представлений исследователей о дестинации как вариативном объекте и субъекте, классической модели территориальной рекреационной системы и понятии ТРК (рисунок 1). Теоретическое моделирование позволяет определить дестинацию как открытую экономическую систему, которая состоит из структурированного управляемого ТРК и туристско-рекреационных ресурсов (материальных, нематериальных, событийных), имеющих субъектно-объектные связи, и воспринимается внешними субъектами как географическое место, цель путешествия, турпродукт, объект бизнеса и субъект конкуренции. Системно-экономический подход впервые позволяет осуществить экономическую типологию дестинаций, базирующуюся на иерархиях, сложившихся в рамках учения о дестинациях и экономической науки в целом (таблица 1).

Факторы внешней макросреды: политические, экономические, природные, культурные, технологические



Рисунок 1. — Туристическая дестинация как экономическая система

Таблица 1. — Соответствующие типы туристических дестинаций как целей путешествия и экономических систем на разных таксономических уровнях

Дестинация как цель путешествия	Соответствующий уровень экономики	Дестинация как экономическая система
Континент, международный регион	Международная экономика	Международная дестинация
Страна	Национальная экономика	Национальная дестинация
Регион страны	Региональная экономика	Региональная дестинация
Местность (город, курорт)	Экономика города, курорта	Локальная дестинация
Аттракционный пункт	Субъект хозяйствования туристической индустрии	Точечная дестинация

Конкуренция национальных дестинаций происходит в глобальном туристическом пространстве, теоретические модели которого были обоснованы И.И. Пирожником и А.Ю. Александровой с точки зрения теорий размещения А. Лёша, Т. Хегерстранда, Ф. Перроу, общей теории поляризованного развития Дж. Фридманна и мир-системного анализа И. Валлерстайна. Поляризация мирового туристического пространства — объективный процесс формирования мировых центров и зон с разным уровнем концентрации туристического спроса, капитала и инноваций в туристско-рекреационном комплексе.

Рассмотрение национальных дестинаций как элементов поляризованного туристического пространства мира и субъектов конкурентной борьбы позволяет обратиться к геоэкономике как науке, которая нацелена на выработку национальных стратегий участия в распределении мирового дохода. Методология геоэкономики сформулирована такими учеными, как Э. Люттвак, К. Жан, П. Савона, Э.Г. Кочетов, В.А. Дергачев, Э. Халижак, А.И. Неклесса, в исследованиях которых доминируют аспекты международной торговли, финансов, энергетики, информационных технологий и отсутствует туристический контент. Учитывая нарастающий потенциал туризма в глобальном процессе перераспределения мирового дохода, автором впервые применен геоэкономический подход к обеспечению конкурентоспособности национальной дестинации. Он заключается в том, что дестинация рассматривается как система, стремящаяся занять положение в глобальном туристическом пространстве, позволяющее увеличивать свою долю в распределяемом мировом доходе от туризма. Отсюда вытекает экономическая задача построения механизма, направленного на приближение национальной дестинации к мировым центрам туризма.

Научный взгляд на дестинацию как экономическую систему, характеризующуюся геоэкономическим положением и стремящуюся его улучшить, предусматривает синтез учения о дестинациях, теории геоэкономики и концепции поляризации туристического пространства, который ведет к формированию но-

вой области научного знания, образуемой в результате научного синтеза различных теоретических концепций с целью решения общей проблемы функционирования экономической системы, т.е. научного направления в экономике. Таким образом, автором заложено научное направление геоэкономики туризма, применяющее к экономическим проблемам туризма и рекреации новый научный метод геоэкономической интерпретации дестинационного моделирования ТРК. С учетом основных содержательных компонент геоэкономики туризма следует рассматривать как научное направление о выработке стратегических решений развития национальной дестинации с целью наращивания ее участия в распределении мирового дохода от туризма. На основе данного научного направления сформирована авторская учебная дисциплина — геоэкономика туризма, изучающая пространственно-экономические отношения, в которые вовлекаются дестинации с конечной целью успешной конкуренции за рынки потребителей турпродукта и максимизации дохода от туризма.

Во второй главе **«Методология оценки конкурентоспособности национальной дестинации Республики Беларусь»** проанализированы развитие и экономическое состояние ТРК Республики Беларусь, на основе авторских методик проведена оценка конкурентоспособности национальной дестинации и ее положения в туристическом пространстве.

Развитие ТРК Республики Беларусь характеризуется как позитивными, так и негативными процессами. В период 2005–2016 гг. выросло количество турфирм с 402 до 1376 (в 3,4 раза), всех видов коллективных средств размещения — с 600 до 1052 (в 1,75 раза). Коэффициент загрузки гостиниц до 2014 г. был в пределах 40–50 %, за период 2014–2016 гг. он снизился до 27 %. Республика Беларусь характеризуется низким уровнем обеспеченности средствами размещения — 3,89 места на 1000 жителей в 2015 г. Для сравнения в России данный показатель составляет 6,43, Польше — 8,02, Литве — 9,93, Латвии — 12,23. Сложилась парадоксальная ситуация, при которой мощности средств размещения увеличиваются, эффективность их использования снижается, количественный уровень развития намного ниже, чем в соседних странах.

Пик въездного туризма пришелся на 2013 г. (6,2 млн поездок). Быстрый спад в 2014–2016 гг. (–33 %) вернул объемы туристических потоков к уровню 2005 г. (4,2 млн). Для сравнения в этот период наблюдался рост мирового туризма на 13 %, международного в макрорегионе Европа — на 9 и мезорегионе Центрально-Восточная Европа — на 1. В Польше, Литве и Латвии наблюдался рост въездного туризма на 11, 14 и 18 % соответственно. В России и Украине произошел спад въездного туризма на 19 и 43 % соответственно.

Ежегодное число гостей в коллективных средствах размещения выросло за период 2005–2012 гг. с 1955 тыс. до 2668 тыс. чел. К 2016 г. отмечается снижение данного показателя до 2460 тыс. гостей. Среди размещенных лиц преобла-

дают граждане Республики Беларусь (60 %), гости из стран вне СНГ занимают долю 9,3 %. Среди размещенных в санаторно-курортных и оздоровительных организациях граждане Беларуси составляют 75 %, а среди постояльцев гостиниц — 52 %. При общем снижении объемов обслуживания в коллективных средствах размещения отмечается рост долей гостей из стран вне СНГ с 5,0 % в 2005 г. до 9,3 % в 2016 г. и гостей из стран СНГ с 7,9 % в 2005 г. до 31,4 % в 2016 г. Таким образом, въездной туризм компенсирует потери в секторе средств размещения, вызванные падением внутреннего спроса.

Республика Беларусь не представлена в ежегодном рейтинге конкурентоспособности Всемирного экономического форума (ВЭФ), что является прикладной проблемой кросс-страновых сравнений национальной дестинации с ближайшими конкурентами. В результате альтернативной косвенной оценки определено место Республики Беларусь в составе группы 30 стран в диапазоне индекса туристической конкурентоспособности 3,71–4,20, в которую также входят Россия, Польша, Латвия, Литва. Среднее значение диапазона (3,96) примерно соответствует среднемировому уровню (3,94).

Для оценки конкурентоспособности национальной дестинации в сравнении со странами-соседями была разработана авторская методика, рассматривающая национальные дестинации через призму теоретической модели экономической системы дестинации по пяти концептам: географическое место, цель путешествия, турпродукт, объект бизнеса, субъект конкуренции. Источниками фактической информации послужили данные ЮНВТО, Всемирного совета по туризму и путешествиям (ВСТТ), ВЭФ, Белстата и др. По каждому концепту оценивались пять индикаторов, результаты проведенной оценки конкурентоспособности национальных дестинаций представлены в таблице 2.

Для приведения индикаторов в сопоставимый вид использовалась математическая процедура линейной нормализации по формуле (1)

$$\tilde{I}_{in} = \frac{I_{in} - I_{\min in}}{I_{\max in} - I_{\min in}}, \quad (1)$$

где \tilde{I}_{in} — нормализованное значение индикатора (индекс конкурентоспособности) ($\tilde{I}_{in} \in [0;1]$);

I_{in} — фактическое значение величины индикатора;

$I_{\min in}$ — минимальное значение величины индикатора;

$I_{\max in}$ — максимальное значение величины индикатора;

i — порядковый номер страны;

n — порядковый номер индикатора.

Для ценовых индикаторов — формула (2)

$$\tilde{I}_{in} = \frac{I_{in} - I_{\max in}}{I_{\min in} - I_{\max in}}. \quad (2)$$

Таблица 2. — Индексы конкурентоспособности национальных дестинаций стран-соседей

Концепт и индикатор	Единица измерения индикатора	Беларусь	Россия	Украина	Польша	Литва	Латвия
1	2	3	4	5	6	7	8
Географическое место:	Среднее значение индекса в группе индикаторов	0,130	0,832	0,337	0,595	0,190	0,143
- объекты мирового наследия	Количество культурных и природных объектов, занесенных в список Всемирного наследия ЮНЕСКО, ед.	0,083	1,000	0,208	0,500	0,083	0,000
- охраняемые природные экосистемы	Удельный вес особо охраняемых природных территорий в площади страны, %	0,156	0,162	0,000	1,000	0,364	0,398
- приморские курорты	Суммарная протяженность береговой линии Черного, Азовского и (или) Балтийского морей, км	0,000	1,000	0,348	0,262	0,102	0,314
- горные районы	Максимальная высота над уровнем моря, м	0,010	1,000	0,331	0,412	0,000	0,004
- минеральные воды и лечебные грязи	Количество провинций бальнеологических ресурсов, ед. (для России только европейская часть)	0,400	1,000	0,800	0,800	0,400	0,000
Цель путешествия:	Среднее значение индекса в группе индикаторов	0,333	0,334	0,405	0,632	0,421	0,509
- открытость страны	Индекс визовой открытости страны	0,429	0,000	0,929	1,000	1,000	1,000
- стоимость пребывания	Индекс стоимости жизни в стране	0,706	0,347	1,000	0,300	0,007	0,000
- инфослед в TripAdvisor	Количество отзывов о стране, тыс. ед.	0,000	1,000	0,095	0,632	0,038	0,047
- развитость авиатранспорта	Количество пассажиров на 100 местных жителей, чел.	0,029	0,325	0,000	0,226	0,560	1,000
- безопасность / риск здоровью	Безопасность: высокая — 3 балла, средняя — 2, низкая — 1; риск здоровью: низкий — 3 балла, средний — 2, высокий — 1; сумма баллов	0,500	0,000	0,000	1,000	0,500	0,500
Турпродукт:	Среднее значение индекса в группе индикаторов	0,507	0,522	0,333	0,620	0,505	0,538
- обеспеченность средствами размещения	Количество мест в средствах размещения на 1000 местных жителей, койко-мест	0,101	0,375	0,000	0,546	0,752	1,000
- разнообразие турпродукта	Представленность основных видов туризма (купально-пляжный, горнолыжный, экскурсионный, деловой, экологический), ед.	0,000	1,000	0,667	1,000	0,333	0,333
- цены в отелях	Среднегодовая цена номера, дол. США	1,000	0,298	0,000	0,503	0,522	0,422
- цены в ресторанах	Индекс стоимости питания в ресторане	0,433	0,098	1,000	0,369	0,000	0,027
- интернет и телекоммуникации	Индекс развития интернета и телекоммуникаций	1,000	0,839	0,000	0,684	0,917	0,907

Окончание таблицы 2

1	2	3	4	5	6	7	8
Объект бизнеса:	Среднее значение индекса в группе индикаторов	0,199	0,395	0,292	0,759	0,967	0,847
- простота ведения бизнеса	Индекс простоты ведения бизнеса	0,659	0,691	0,000	0,818	1,000	0,957
- прирост инвестиций в туристическую индустрию	Прогнозный показатель ВСТТ, %	0,000	0,324	1,000	0,588	0,882	0,853
- прирост туристского потребления	Прогнозный показатель ВСТТ, %	0,000	0,231	0,462	0,692	1,000	0,808
- поступления от одного посетителя	Фактические доходы от одного туриста, дол. США	0,169	0,370	0,000	1,000	0,951	0,719
- валовый продукт туристической индустрии на одного занятого	Прогнозный показатель ВСТТ, тыс. дол. США	0,165	0,362	0,000	0,695	1,000	0,897
Субъект конкуренции:	Среднее значение индекса в группе индикаторов	0,176	0,370	0,361	0,844	0,931	0,786
- динамика поступлений от въездного туризма	Прогнозный показатель ВСТТ, %	0,000	0,730	0,784	0,568	1,000	0,703
- динамика валового продукта туристической индустрии	Прогнозный показатель ВСТТ, %	0,000	0,158	0,316	0,842	1,000	0,895
- валовый продукт туристической индустрии на одного занятого	Фактический показатель, тыс. дол. США	0,220	0,483	0,000	0,857	1,000	0,969
- динамика въездного туризма	Фактический показатель за прошлые годы, %	0,194	0,478	0,000	0,955	0,776	1,000
- динамика внутреннего туризма	Фактический показатель за прошлые годы, %	0,463	0,000	0,707	1,000	0,878	0,366
Сумма средних значений индексов групп индикаторов, выделенных по каждому концепту		1,34	2,45	1,73	3,45	3,01	2,82

Проведенный анализ выявил наименьший общий уровень конкурентоспособности дестинации Республики Беларусь среди оцененных стран. Наиболее конкурентоспособной национальной дестинацией является Польша, за ней по убыванию следуют Литва, Латвия, Россия, Украина. Для удобного графического отображения полученные индексы преобразовываются по формуле (3)

$$G_{in} = (\tilde{I}_{in} + 1) \cdot 5 - 4, \quad (3)$$

где G_{in} — графически отображаемый индекс.

Сравнение профилей конкурентоспособности Беларуси, Польши и России представлено на рисунке 2.

С целью определения геоэкономического положения национальной дестинации Республики Беларусь разработана авторская методика типологии дестинаций по их положению в поляризованном туристическом пространстве. Анализ геоэкономической структуры туристического пространства производится на основе двух ключевых индикаторов, определяющих возможность для развития туризма как формы потребления благ: ВВП на душу населения и количество койко-мест в средствах размещения в расчете на 1000 жителей. Анализ сочетания данных индикаторов в разрезе стран мира на основе ранжированных рядов и правила Парето позволил определить лидеров, которые в совокупности в каждом из рядов концентрируют 20 % населения мира. В результате определены пороговые величины ВВП на душу населения (18 тыс. дол. США) и количества койко-мест в средствах размещения на 1000 жителей (9,7). На основе полученных критериев страны мира были разделены на четыре группы с различным типом сочетания анализируемых индикаторов: центр развития туризма, близкая полупериферия, дальняя полупериферия, периферия (таблица 3). В итоге геоэкономическое положение национальной дестинации Республики Беларусь оценивается как периферийное, что не соответствует выгодному центрально-европейскому географическому положению.

Низкие по сравнению со странами-соседями конкурентоспособность и периферийное геоэкономическое положение национальной дестинации задают низкую стартовую позицию для дальнейшего развития ТРК Республики Беларусь.

В третьей главе «**Теоретическая модель геоэкономического механизма обеспечения конкурентоспособности национальной дестинации Республики Беларусь**» определены концептуальные блоки разрешения ключевых проблем формирования национальной туристической дестинации, разработана структура геоэкономического механизма обеспечения конкурентоспособности дестинации.

Геоэкономический механизм обеспечения конкурентоспособности дестинации является составной частью хозяйственного механизма и видом экономического механизма, который представляет собой систему институтов и методов управления ТРК, направленных на улучшение положения дестинации в

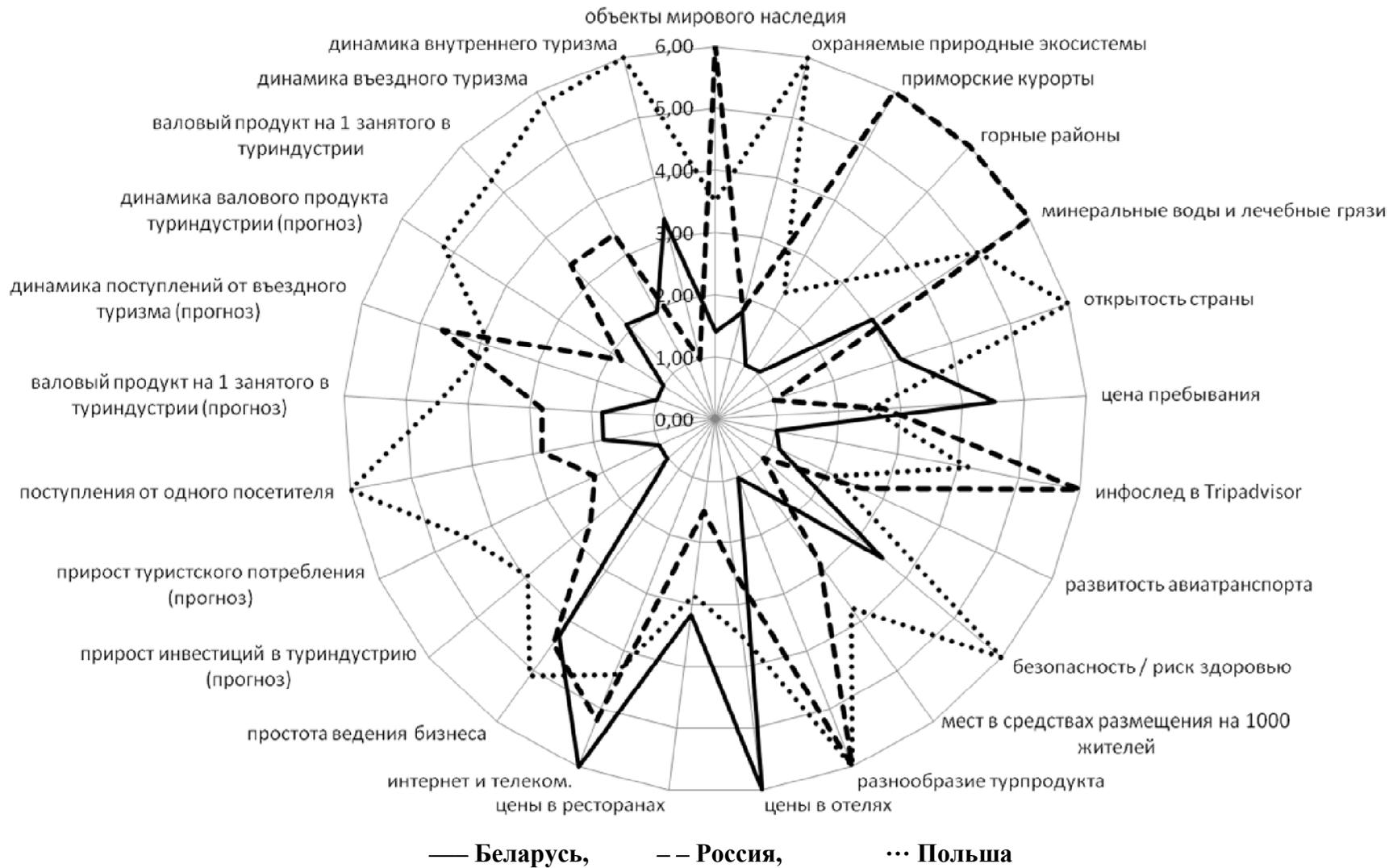


Рисунок 2. — Сравнение конкурентоспособности национальных дестинаций по G_{in}

Таблица 3. — Группировка стран по зонам туристического пространства мира

<p>Страны центра: Австралия, Австрия, Андорра, Антигуа и Барбуда, Аргентина, Багамские Острова, Бахрейн, Бельгия, Бруней-Даруссалам, Венгрия, Германия, Гонконг, Греция, Дания, Израиль, Ирландия, Исландия, Испания, Италия, Канада, Кипр, Куба, Латвия, Лихтенштейн, Люксембург, Малайзия, Мальта, Монако, Нидерланды, Новая Зеландия, Норвегия, Португалия, Сан-Марино, Саудовская Аравия, Сейшельские Острова, Сингапур, Словакия, Словения, Соединенное Королевство, США, Тринидад и Тобаго, Турция, Финляндия, Франция, Хорватия, Чешская Республика, Швейцария, Швеция, Эстония, Япония</p>	<p>Страны периферии: Азербайджан, Алжир, Ангола, Бангладеш, Беларусь, Бенин, Боливия, Босния и Герцеговина, Ботсвана, Бразилия, Буркина-Фасо, Бутан, Венесуэла, Вьетнам, Гамбия, Гватемала, Гвинея, Грузия, Египет, Замбия, Зимбабве, Индия, Индонезия, Иордания, Ирак, Иран, Йемен, Камбоджа, Камерун, Кения, Китай, Колумбия, Коморские острова, Конго, Кот-д’Ивуар, Кыргызстан, Лаосская НДР, Лесото, Мадагаскар, Македония, Мали, Марокко, Мозамбик, Молдова, Намибия, Непал, Нигер, Нигерия, Никарагуа, Палестина, Парагвай, Руанда, Сальвадор, Сан-Томе и Принсипи, Свазиленд, Сенегал, Сербия, Сирия, Соломоновы Острова, Судан, Суринам, Сьерра-Леоне, Тимор-Лешти, Того, Узбекистан, Украина, Филиппины, ЦАР, Чад, Шри-Ланка, Эфиопия, ЮАР</p>
<p>Страны близкой полупериферии: Казахстан, Корея, Кувейт, Литва, Оман, Польша, Россия, Чили</p>	<p>Страны дальней полупериферии: Албания, Армения, Барбадос, Белиз, Болгария, Гренада, Доминика, Доминиканская Республика, Кабо-Верде, Коста-Рика, Ливан, Маврикий, Мальдивская Республика, Мексика, Палау, Панама, Перу, Румыния, Самоа, Сент-Винсент и Гренадины, Сент-Люсия, Таиланд, Тунис, Уругвай, Фиджи, Черногория, Эквадор, Ямайка</p>

поляризованном туристическом пространстве и формирование иерархически полноструктурной дестинации. Методологическое совмещение теоретической модели дестинации как экономической системы с контентом определения геоэкономического механизма позволило построить авторскую схему его действия (рисунок 3). Приведение механизма в действие направлено на стимулирование роста туристических потоков и достигается путем принятия политических решений и их реализации органами государственного правления. Логика действия механизма заключается в последовательном повышении конкурентоспособности дестинации на рынках потребителей турпродукта, инвестиций, посредников, дестинаций, мирового туризма.

С целью наполнения механизма инструментарием был проведен анализ проблем функционирования национального туристско-рекреационного комплекса Республики Беларусь на основе компетентностного и институционального подходов и теории диалога культур.

Исходя из критического анализа применения модели «национального ромба» к ТРК Республики Беларусь на основе компетентностного подхода выявлено,

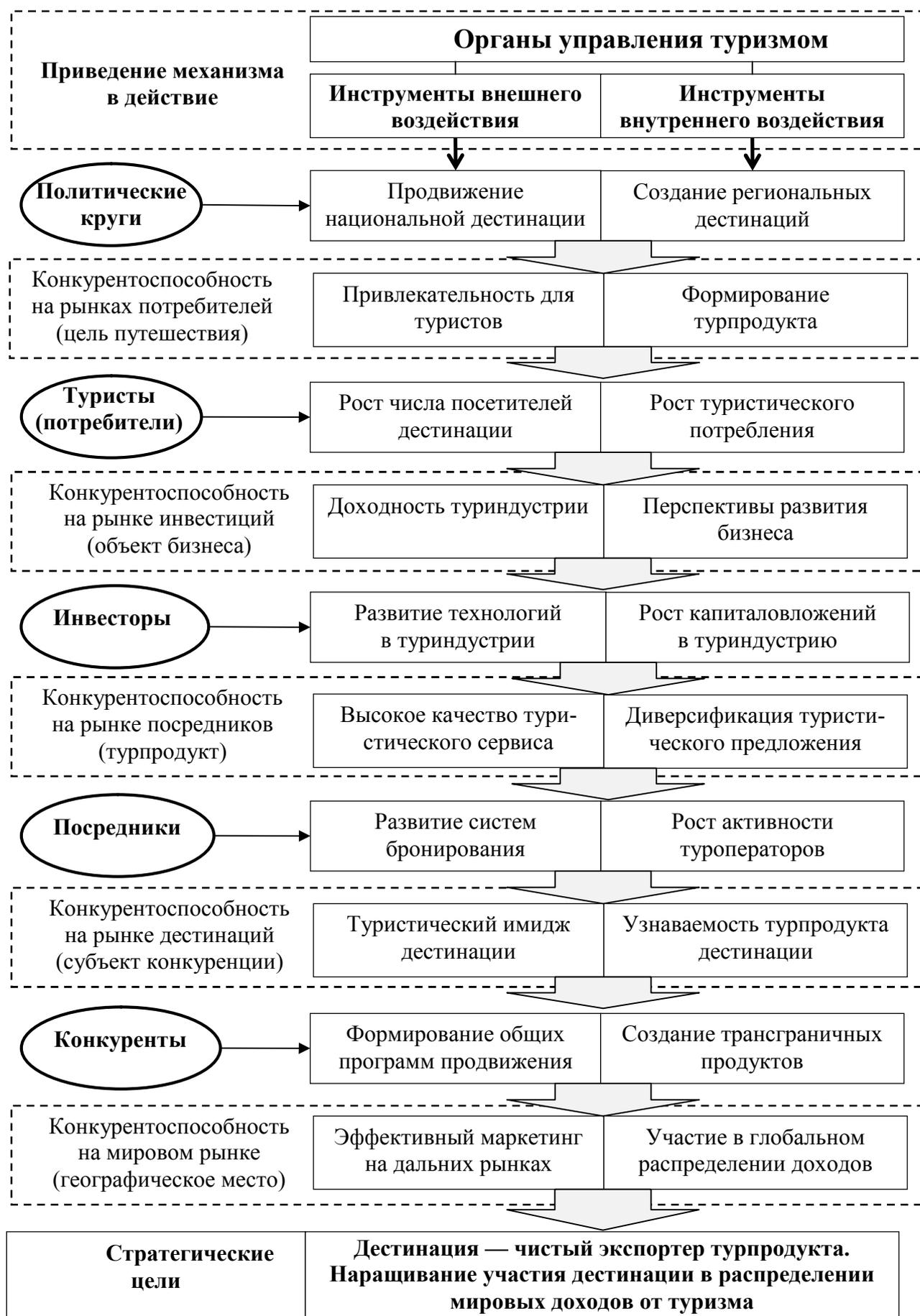


Рисунок 3. — Схема стратегического действия геоэкономического механизма обеспечения конкурентоспособности дестинации

что основным сдерживающим фактором развития его конкурентных преимуществ является недостаток компетенций в широком смысле — как ресурса, элемента менеджмента и ценности потребителя.

Анализ связи классических детерминант конкурентных преимуществ и компетенций ТРК показал, что в Республике Беларусь требуется: улучшение системы статистики и анализа в сфере туризма; стимулирование сохранения и возрождения традиционных элементов нематериальной белорусской культуры; включение в активное туристическое движение потребителей, формирующих высококомпетентный спрос; внедрение в туристическую индустрию концепции управления впечатлениями; консолидация научных исследований туризма и рекреации. Развитие компетенций в итоге становится ключом к наращиванию конкурентных преимуществ и созданию условий для перехода туристско-рекреационного комплекса Республики Беларусь от естественно-ресурсной к инвестиционно-инновационной модели развития.

С целью выявления организационных резервов развития ТРК был проведен пошаговый анализ институтов реализации геоэкономического механизма обеспечения конкурентоспособности национальной дестинации. Анализ ключевых институтов въездного туризма выявил их противоречивый характер, проявляющийся в позитивной декларативности и негативной мотивации. К ним относятся громоздкий институт визовых формальностей и бюрократический институт регистрации иностранных граждан. Институты взаимодействия дестинации и политических кругов не формируются из-за отсутствия организационного субъекта, представляющего интересы всех секторов (участников) национальной дестинации. Их становление происходит медленно в процессе создания и развития профессиональных ассоциаций и общественных организаций в отдельных секторах — туроператорском, агроэкотуризме, гостиничном бизнесе. Межотраслевые институты в рамках деятельности Межведомственного координационного совета по туризму Республики Беларусь приспособлены под нужды командно-административной модели экономики и в основном не представляют интересов частного сектора.

Институты сотрудничества с дестинациями-конкурентами носят пилотный характер. В целом существующие институты ТРК Республики Беларусь имеют либо сдерживающий характер, либо фрагментарно действуют как стимуляторы бизнес-активности субъектов туристической индустрии. Для формирования механизма обеспечения конкурентоспособности дестинации необходимы взвешенная либерализация существующих институтов с целью нейтрализации эффектов торможения и создание новых институтов, стимулирующих межотраслевое сотрудничество на уровне субъектов туристической индустрии.

Для продвижения туристической дестинации Республики Беларусь на внешние рынки необходим ее эффективный маркетинг. Опыт зарубежных примеров маркетинга дестинаций показал, что устойчивой конкурентоспособностью обла-

дают дестинации, эксплуатирующие туристический бренд. Учитывая, что брендинг дестинаций принципиально направлен на поддержание устойчивых субъектно-объектных коммуникаций между потребителями и турпродуктом, к анализу проблемы была применена авторская диалоговая концепция, построенная на философской теории диалога культур М.М. Бахтина — В.С. Библера. Исходя из того, что в этой теории диалог культур понимается как диалог произведений со зрителем, выступающим соавтором этих произведений в виде собственного осознания логики их культуры, основной задачей маркетинга дестинаций становится создание образа дестинации как некоего произведения в соавторстве с туристом. Анализ передовых примеров маркетинга дестинаций альпийских регионов Италии и Швейцарии на основе обозначенной диалоговой концепции позволил определить, что эффективный брендинг дестинаций, включающий создание фирменного стиля, формирование туристического имиджа и маркетинг взаимоотношений, должен быть направлен на создание или имитацию культурного разрыва (цивилизационный, временной, ментальный) между туристом и дестинацией и включение туриста в интерактивную рекреационную деятельность.

Наполнение предложенной схемы действия геоэкономического механизма обеспечения конкурентоспособности национальной дестинации инструментами решения обозначенных проблем позволило построить его теоретическую модель (рисунок 4), которая показывает последовательность применения соответствующих методов начиная от поддержки дестинации как цели путешествия и заканчивая оформлением ее как субъекта конкуренции.

В четвертой главе **«Обоснование стратегических решений приведения в действие геоэкономического механизма обеспечения конкурентоспособности национальной дестинации»** определены приоритетные рынки продвижения услуг дестинации, обоснован инструментарий продвижения Республики Беларусь на внешние туристические рынки, оценен экономический эффект безвизового режима с Европейским союзом.

Для определения наиболее перспективных рынков продвижения национальной дестинации Республики Беларусь использовалась авторская методика расчета индекса приоритетности рынка продвижения дестинации (I_{ri}), который учитывает доходы туристической индустрии от обслуживания посетителей и расходы населения отдельных стран на туризм:

$$I_{ri} = (R_{ij} / D_j) / (R_i / R_w), \quad (4)$$

где R_{ij} — расходы иностранных посетителей из страны i в стране j (экспорт туристических услуг страной j в страну i);

D_j — доходы от международного туризма в стране j (совокупный экспорт туристических услуг страны j);

R_i — международные туристические расходы населения страны i (импорт туристических услуг страной i);

R_w — совокупные мировые туристические расходы.



Рисунок 4. — Геоэкономический механизм обеспечения конкурентоспособности национальной дестинации

Анализ индексов приоритетности показывает, что наибольшим откликом на потребление белорусского турпродукта в 2016 г. обладали рынки России, Латвии, Литвы и далее Молдовы, Грузии, Эстонии, Украины, Казахстана, Азербайджана, Турции (таблица 4). Высокие показатели индекса свидетельствуют о склонности путешествующего населения этих стран выбирать белорусский турпродукт. Именно на этих рынках маркетинговые усилия и найдут наибольший отклик.

Таблица 4. — Индексы приоритетности рынков продвижения туристических услуг дестинации Беларуси в 2016 г. в расчете по активной части экспорта туристических услуг (сумма экспорта путевок, туров и услуг гостиниц)

Номер ранга	Страна	Экспорт туристических услуг (R_{ij}), тыс. дол. США	Расходы населения на международный туризм (R_i), млрд евро	Индекс приоритетности рынка продвижения дестинации Беларуси (I_{ri})
1	Россия	92 384,2	21,6	34,979
2	Латвия	1355,4	0,6	18,475
3	Литва	1497,3	0,9	13,606
4	Молдова	260,0	0,2	10,632
5	Грузия	383,0	0,3	10,441
6	Эстония	1134,6	1,0	9,279
7	Украина	3800,6	4,5	6,907
8	Казахстан	990,1	1,5	5,398
9	Азербайджан	1066,9	2,3	3,794
10	Турция	1943,9	4,3	3,697
11	Армения	434,6	1,0	3,554
12	Кипр	376,3	1,1	2,798
13	Польша	2046,0	7,2	2,324
14	Кыргызстан	109,6	0,4	2,241
15	Сербия	260,9	1,1	1,940
Всего экспорт (D_j)		135 479,8	—	—
Мировые расходы на международный туризм		—	1108	—

С целью обоснования стратегических направлений продвижения дестинации Республики Беларусь была проведена экспертная оценка относительной эффективности инструментов продвижения национальной дестинации (11 оцениваемых инструментов, 23 эксперта), которая позволила разделить их на четыре иерархические группы по эффективности: 1) основная ключевая (упрощение визового режима и создание национального туристического портала); 2) основная сопутствующая (рекламный ролик на телевидении, снижение

тарифов на авиаперелеты, событийный маркетинг, национальные стенды на крупнейших международных туристических выставках); 3) вспомогательная (участие в туристических выставках соседних стран, организация рекламных туров для журналистов и туроператоров из-за рубежа, издание печатной рекламы и создание туристско-информационных центров за рубежом); 4) второстепенная (сувенирная продукция).

В рамках диссертационного исследования предложен план действий по продвижению национальной дестинации, содержащий три этапа (подготовительный, активный, поддерживающий) и рассчитанный на 5 лет. Подготовительный этап должен включать: либерализацию визового режима для граждан стран, которые характеризуются высоким индексом приоритетности продвижения дестинации (Литва, Латвия, Эстония), доработку регламента медицинского страхования и упрощение процедуры регистрации посетителей; активный — маркетинг национальной дестинации на рынках Литвы, Латвии, Эстонии, Украины, Грузии, Казахстана, Молдовы и Турции; поддерживающий — последовательное применение инструментов продвижения дестинации на рынке стран ЕС.

С использованием метода аналогий были оценены сценарии прироста доходов Республики Беларусь от въездного туризма в случае отмены визового режима со странами ЕС и их влияние на сальдо туристического баланса Республики Беларусь со странами вне СНГ (в 2016 г. доходы составили 1018,7 млн дол. США, сальдо — -192,1 млн дол. США). Полученные результаты свидетельствуют о том, что даже при пессимистичном сценарии ожидаемый эффект увеличения туристического экспорта способен нивелировать отрицательное сальдо туристического баланса со странами вне СНГ на паритетных началах (таблица 5).

Таблица 5. — Оценка сценариев прироста доходов от въездного туризма в случае отмены визового режима со странами ЕС и их влияния на сальдо туристического баланса Республики Беларусь (в расчете по данным 2016 г.)

Сценарий прироста доходов от въездного туризма	Страна-аналог (по опыту отмены виз с ЕС)	Норматив годового прироста, %	Ожидаемый прирост доходов, млн дол. США	Ожидаемое сальдо туристического баланса со странами вне СНГ, млн дол. США
Пессимистичный	Литва	19,5	198,6	6,5
Оптимистичный	Польша	43,5	443,1	251,0
Соответствующий текущим тенденциям	Латвия, Литва, Польша, Украина	33,5	341,3	149,2
Реалистичный	Украина	22,1	225,1	33,0

В пятой главе **«Формирование региональных дестинаций в структуре территориальной организации национального туристско-рекреационного комплекса»** проанализированы проблемы территориальной организации ТРК Республики Беларусь, обоснован комплекс стратегических действий создания региональных дестинаций, проведена апробация авторской методики создания региональных дестинаций.

Для реализации второй части геоэкономического механизма обеспечения конкурентоспособности дестинации, направленной на формирование полноструктурной национальной дестинации, была разработана авторская методика создания региональных дестинаций, которая включает шесть этапов: подготовительный, отборочный, стратегического планирования, обучающий, маркетинговый, заключительный (оценочный). Принципиальными этапами методики являются отборочный и стратегического планирования, которые акцентируют внимание на оценке и развитии потенциала кластерообразования, кооперации и государственно-частного сотрудничества, оставляя второстепенную роль ресурсно-инфраструктурному подходу (природа, культура, население, инвестиции, организации). Критерии отбора потенциальных региональных дестинаций направлены на оценку трех потенциалов (кластерообразование, компетенции и устойчивый туризм) по следующим компонентам (в порядке уменьшения значимости): бизнес-идея дестинации; государственно-частный диалог; ключевые субъекты бизнеса; ключевые объекты туризма; участие общественности в планировании туризма; природоохранные территории; рекламно-информационная активность; местные стратегии, планы и программы; экологические проблемы, решаемые с помощью туризма; мероприятия по охране окружающей среды; сотрудничество с учебными учреждениями в сфере туризма. Методика апробирована на примере региональных дестинаций агроэкотуризма в пилотных районах Брестской и Гродненской областей в рамках проекта международной технической помощи «Местное предпринимательство и экономическое развитие».

На отборочном этапе из 33 административных районов Брестской и Гродненской областей было обозначено 17 потенциальных дестинаций. На этапе стратегического планирования были простимулированы идеи создания туристических кластеров и усилена кооперация между субъектами туристической индустрии. Была отсеяна замыкающая потенциальная дестинация и эксперимент сузился до 16 пилотных районов. На обучающем этапе было организовано обучение 337 представителей туристического бизнеса по актуальным практическим темам, которое сопровождалось обширной учебно-методической поддержкой. Маркетинговый этап осуществлялся параллельно и включал разработку оригинального образа дестинаций, отбор региональных турпродуктов для представления на туристических выставках, обеспечение связей с общественностью, издание рекламных материалов.

Эффективность процесса создания региональных дестинаций отражают результаты развития агроэкотуризма в районах Гродненской и Брестской областей за период 2012–2014 гг. Обобщенные показатели результативности развития агроэкотуризма за указанный период представлены в таблице 6. В целом районы, в которых были созданы региональные дестинации агроэкотуризма, показали феноменальный рост (таблица 7): количество усадеб почти удвоилось, объемы обслуживания и выручка утроились, увеличилась доходность единицы обслуживания.

Таблица 6. — Сравнение динамики развития агроэкотуризма в пилотных (охваченных процессом создания региональных дестинаций) и фоновых районах

Район	Выручка субъектов агроэко-туризма, тыс. дол. США		Индикатор развития, % (уровень 2014 г. к 2012 г.)		
	2012 г.	2014 г.	Число субъектов агроэкотуризма	Число гостей	Выручка
1	2	3	4	5	6
Пилотные районы					
Барановичский	37,4	57,1	131,3	212,7	152,5
Березовский	42,5	88,0	185,7	124,9	207,1
Волковысский	18,0	6,1	100,0	12,3	33,7
Гродненский	54,8	350,5	1033,3	549,2	639,0
Зельвенский	50,6	76,0	38,9	217,0	150,2
Каменецкий	43,7	148,0	154,3	235,9	338,8
Кобринский	8,2	14,9	200,0	132,9	182,2
Кореличский	14,7	71,3	428,6	394,6	486,2
Лидский	14,7	186,1	400,0	1942,2	1264,3
Ивановский	20,2	27,8	114,3	182,9	137,5
Новогрудский	8,0	25,7	200,0	232,1	320,8
Пинский	13,5	29,7	191,7	188,4	220,7
Свислочский	38,4	35,9	69,2	32,3	93,6
Сморгонский	1,9	155,9	725,0	6946,7	8275,4
Столинский	140,9	280,4	118,2	261,9	199,0
Щучинский	7,5	75,9	180,0	4153,3	1016,0
<i>Всего</i>	514,9	1629,0	197,4	330,8	316,4
Фоновые районы					
Берестовицкий	3,3	7,0	150,0	465,4	210,0
Брестский	119,4	273,5	162,5	178,5	229,1
Вороновский	14,3	51,2	88,9	198,6	359,2
Ганцевичский	0,0	17,3	300,0	—	—
Дрогичинский	32,8	32,6	122,2	143,6	99,4
Дятловский	44,0	13,6	45,5	57,8	31,0
Жабинковский	43,4	31,8	137,5	66,7	73,4

Окончание таблицы 6

1	2	3	4	5	6
Ивацевичский	1,4	21,0	111,1	182,4	1478,5
Ивьевский	119,9	73,6	35,3	23,4	61,4
Лунинецкий	9,4	8,7	160,0	145,1	92,8
Ляховичский	7,1	35,0	700,0	349,2	494,0
Малоритский	12,3	66,7	157,1	291,0	543,9
Мостовский	20,4	17,0	90,0	257,1	83,3
Островецкий	16,1	21,5	175,0	16,1	133,5
Ошмянский	59,0	52,2	57,1	123,8	88,4
Пружанский	14,3	20,2	180,0	151,0	140,7
Слонимский	191,7	15,4	22,2	18,8	8,1
<i>Всего</i>	708,8	758,6	94,9	88,8	107,0

Таблица 7. — Сравнение динамики развития региональных дестинаций агроэкотуризма в пилотных и фоновых районах

Индикатор развития агроэкотуризма	Пилотные районы	Фоновые районы
Число субъектов агроэкотуризма в 2012 г.	195	215
Число субъектов агроэкотуризма в 2014 г. (уровень к 2012 г., %)	385 (197,4)	204 (94,9)
Число гостей в 2012 г.	21 608	35 491
Число гостей в 2014 г. (уровень к 2012 г., %)	71 469 (330,8)	31 504 (88,8)
Выручка в 2012 г., тыс. дол. США	514,9	708,8
Выручка в 2014 г., тыс. дол. США (уровень к 2012 г., %)	1629,0 (316,4)	758,6 (107,0)

В районах, которые не были изначально отобраны и затем охвачены процессом стратегического планирования, в общей массе наблюдалось уменьшение числа усадеб, отсутствие роста объемов обслуживания и незначительный рост выручки.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Основные научные результаты диссертации.

1. Ретроспективный анализ доминировавших теоретико-методологических основ исследований проблем рекреации и туризма выявил их эволюцию от архитектурно-планировочных к географическим и далее к экономическим в сочетании с научно-отраслевой диверсификацией. Данная закономерность является отражением процесса становления и развития национального туристско-рекреационного комплекса как целостного межотраслевого образования в составе на-

циональной экономики. Специфика ТРК как объекта исследований заключается в его перманентной и детерминантной связи с явлением туризма, имеющим четко выраженный пространственный аспект. Методологический охват данного аспекта со стороны экономической науки достигается применением дестинационного подхода к туристско-рекреационному комплексу. Реализация данного подхода в диссертационном исследовании позволила построить авторскую теоретическую модель туристической дестинации как экономической системы и определить, что дестинация — это экономическая система, включающая объекты и организации туристической индустрии и смежных отраслей, туристско-рекреационные ресурсы, выступающая по отношению к внешним субъектам как географическое место, цель путешествия, турпродукт, объект бизнеса и субъект конкуренции. Экономико-системный контент позволил трансформировать иерархическую типологию дестинаций как целей путешествия в экономическую, впервые классифицировать дестинации по уровням экономики и ввести понятия «международная дестинация», «национальная дестинация», «региональная дестинация», «локальная дестинация», «точечная дестинация».

На уровне национальной экономики пространственный аспект туризма актуализирует проблемы конкурентоспособности национальной дестинации и формирования региональных дестинаций. Первая проблема имеет внешне ориентированный характер (сравнение с другими национальными дестинациями), вторая — связана с ее внутренним пространством (формированием структуры национальной дестинации). Экономико-системный контент дестинации позволяет определить туристическое пространство как экономическое, состоящее из дестинаций и центров туристического спроса, связанных между собой туристическими потоками.

Неоднородность туристического пространства, в котором существует национальная дестинация, описывается концепцией его поляризации. Методологический акцент на концепции поляризации туристического пространства позволяет зафиксировать проявление конкурентоспособности национальной дестинации в положении страны относительно мировых центров развития туризма, полупериферии и периферии глобального туристического пространства. Наиболее конкурентоспособные дестинации относятся к центру мирового туристического пространства и имеют устойчивые интенсивные потоки туристов и инвестиций в туристическую индустрию, наименее успешные — формируют его периферию.

Проявление конкурентоспособности национальной дестинации в мировом туристическом пространстве позволяет применить к проблеме геоэкономический подход, который рассматривает страну как участника конкурентной борьбы за распределение мировых благ и ставит задачей выработку стратегических решений по наращиванию ее участия в этом процессе. Научный синтез учения

о дестинациях, концепции поляризации туристического пространства и методологии геоэкономики приводит к формированию нового научного направления — геоэкономики туризма.

Авторское научное направление геоэкономики туризма представляет собой область научного знания, занимающуюся исследованием проблемы функционирования дестинации как экономической системы с позиции обеспечения ее конкурентоспособности путем обоснования стратегических решений, направленных на наращивание ее участия в перераспределении мировых туристических доходов [2, 4, 8, 11, 13, 20, 22, 26, 33, 37, 55–57, 62, 68, 71, 73–75, 97].

2. Анализ состояния туристско-рекреационного комплекса Республики Беларусь выявил проблему противоречивого развития, которая заключается в том, что увеличение числа предприятий туристической индустрии, рост их мощности и повышение качества туристической инфраструктуры сопровождаются уменьшением туристических потоков и снижением уровня загрузки средств размещения. Наблюдается тенденция сокращения экспорта туристических услуг в секторах гостиниц и аналогичных средств размещения, санаторно-курортных и оздоровительных организаций, туристических организаций, принимающих иностранных туристов. Отмеченные процессы свидетельствуют о снижении конкурентоспособности туристической дестинации Республики Беларусь.

С целью развития и совершенствования методологии оценки конкурентоспособности национальной дестинации предложен концептуальный подход, основанный на теоретической модели дестинации, включающий комплекс индикаторов, методы и методики их анализа.

С точки зрения теоретической модели дестинации основной метод авторской методологии заключается в сравнении объекта оценки с конкурентами по основным концептам: географическое место, цель путешествия, объект бизнеса, турпродукт, субъект конкуренции. При этом концепты дестинации трансформируются в критерии, которые позволяют отобрать и сгруппировать оцениваемые индикаторы в блоки, характеризующие различия сравниваемых национальных дестинаций соответственно по обеспеченности туристическими ресурсами, туристической доступности, привлекательности туристического предложения, инвестиционной привлекательности, динамике развития туризма. Методика анализа сгруппированных индикаторов основана на принципах их объективизации и сопоставимости и включает расчетную (нормализация) и графическую (интерпретация) части.

Апробация авторской методологии выявила наибольшую конкурентоспособность национальной дестинации Республики Беларусь по концепту «турпродукт», обеспеченную главным образом ценовым фактором, что позволяет по данной позиции конкурировать с Россией, Украиной, Литвой, Латвией и Поль-

шей. В качестве цели путешествия Республика Беларусь не уступает России, Украине и Литве, что достигается сбалансированным сочетанием факторов безопасности и цены пребывания. По совокупному ресурсному потенциалу Республика Беларусь находится на уровне Латвии и Литвы, значительно уступая Польше, России, Украине. Однако по эффекту динамического состояния (субъект конкуренции) и привлекательности бизнес-среды (объект бизнеса) Республика Беларусь значительно отстает от всех стран-соседей.

С целью определения стартовых позиций и горизонтов развития национальной дестинации предложена методика оценки геоэкономического положения национальной дестинации в мировом туристическом пространстве, которая реализует авторский подход ключевых сопоставимых индикаторов спроса и предложения, базируется на концепции поляризации туристического пространства и использует систему методов анализа (кумулятивных рядов, ранжированных рядов, Парето, группировки, точечной диаграммы, картодиаграммы). Апробация методики показала, что геоэкономическое положение дестинации Республики Беларусь в мировом туристическом пространстве является периферийным. Это отражается в низком уровне развития туристической индустрии и ограниченных возможностях формирования внутреннего туристического спроса. Вместе с тем результаты анализа свидетельствуют о том, что национальная дестинация Республики Беларусь соседствует как с периферийной страной (Украина), так и со странами полупериферии (Польша, Литва, Россия) и центра (Латвия). Критическим горизонтом улучшения геоэкономического положения национальной дестинации являются показатели ВВП на душу населения 18 тыс. дол. США и 9,7 места в средствах размещения на 1 тыс. населения [2, 4, 9, 12, 21, 24, 27, 28, 31–33, 41, 43, 52, 54, 61, 63, 66–68, 72, 75, 97].

3. Используя теоретико-методологические основы геоэкономики туризма и опираясь на изложенные выше результаты апробации разработанной методологии, автором обоснована теоретическая модель геоэкономического механизма обеспечения конкурентоспособности национальной дестинации, который направлен на улучшение положения дестинации в туристическом пространстве и формирование региональных дестинаций. Преимуществом и новизной предложенной модели являются экономичность и оперативность, которые достигаются применением управленческих инструментов позитивной мотивации и запуском процессов самоорганизации ТРК на национальном и региональном уровнях. Отличительной чертой механизма является то, что он реализует схему поступательного наращивания конкурентоспособности национальной дестинации за счет последовательного использования факторов ближнего окружения (политических кругов, туристов, инвесторов, посредников, конкурентов) в качестве источников роста дестинации по основным концептам (цель путешествия, объект бизнеса, турпродукт, субъект конкуренции, географическое место).

Приведение механизма в действие осуществляется исключительно за счет фактора политической воли.

В диссертации обоснована структура геоэкономического механизма обеспечения конкурентоспособности национальной дестинации, которая включает институциональный, компетентностный и маркетинговый блоки, систематизированные по концептам дестинации. Анализ структуры институционального блока показал, что для обеспечения конкурентоспособности дестинации в первую очередь необходимы либерализация туристических формальностей въезда и пребывания в стране, а также создание институтов самоорганизации туристических кластеров. Критический анализ детерминант конкурентных преимуществ туристско-рекреационного комплекса на основе компетентностной концепции позволил сделать вывод о том, что в современных условиях роста значения человеческого капитала компетенции выступают главной детерминантой, обеспечивающей его переход от естественно-ресурсной к инвестиционно-инновационной модели развития. Анализ маркетинга дестинаций с точки зрения философской теории диалога культур позволил сформулировать диалоговую концепцию формирования маркетингового блока механизма обеспечения конкурентоспособности национальной дестинации. Сутью ее является то, что главная задача маркетинга дестинаций заключается в создании целостного образа дестинации как некоего произведения в сознании туриста, выступающего в качестве соавтора этого произведения. Основным маркетинговым инструментом становится брендинг, который в контексте теории диалога культур представляет собой процесс создания образа дестинации как целостного произведения [1, 3, 4, 6, 12, 15, 17, 18, 22, 24, 25, 31, 34–36, 38, 40, 42, 44, 47, 49, 51, 53–55, 58, 60, 62, 64, 66, 69, 70, 72, 73–76, 78, 97, 99].

4. Обоснованы стратегические решения приведения в действие геоэкономического механизма обеспечения конкурентоспособности национальной дестинации.

Выявлена проблема формирования туристического баланса, которая заключается как в несовершенстве статистического учета экспортной и импортной составляющих, так и в несопоставимости национальных методик его оценки. Автором обоснованы рекомендации по их совершенствованию. Из экспортной части туристического баланса эмпирическим путем выделены статьи статистического учета, сравнение которых в разрезе стран мира позволяет анализировать внешние рынки потребителей туристических услуг Республики Беларусь.

В целях совершенствования инструментария анализа внешних туристических рынков разработана авторская методика определения наиболее перспективных рынков экспорта туристических услуг. Она заключается в расчете авторского индекса приоритетности рынка продвижения дестинации, который показывает взаимную ориентацию рынков потребителей услуг и дестинации.

Ранжирование и сравнение стран мира по данному индексу позволяет выделить среди них наиболее перспективные с целью осуществления наиболее эффективного маркетинга дестинаций. Методика расчета индекса базируется на статистических данных о туристических расходах населения зарубежных стран, мировых доходах от международного туризма, туристических расходах посетителей-нерезидентов в дестинации в разрезе стран и валовых поступлениях в дестинацию от международного туризма. Расчеты индекса приоритетности рынка продвижения туристических услуг дестинации позволили обосновать стратегическое решение о концентрации маркетинга национальной дестинации Республики Беларусь на рынках малых стран Европы — Литвы, Латвии, Эстонии, Грузии, Азербайджана, Молдовы, а также крупных стран — Украины, Турции и Казахстана.

С целью выработки стратегических решений по использованию инструментов продвижения национальной дестинации была организована их экспертная оценка, в результате которой ведущими инструментами были определены либерализация визового режима и специальный туристический интернет-портал. Сопоставление результатов экспертной оценки, оценки конкурентоспособности национальной дестинации и разработанной теоретической модели геоэкономического механизма позволили сделать вывод о том, что либерализация визового режима с развитыми странами является ключом к решению проблемы.

Для анализа результативности предложенных стратегических решений автором был оценен экономический эффект от отмены визового режима со странами ЕС, эквивалентный 200–400 млн дол. США ежегодно [3, 4, 14, 16, 31, 36, 39, 51, 54, 59, 65, 73–77, 97–100].

5. Территориальная организация ТРК Республики Беларусь формирует внутреннюю структуру национальной дестинации, включает систему туристических центров, национальных парков, курортных и рекреационных территорий, проявляется в формировании туристско-рекреационных районов и приспособлена для реализации административных и планировочных методов управления. Их обновление, совершенствование и внедрение сопряжено с большими организационными издержками, что ограничивает их использование в практике управления туристско-рекреационным комплексом.

В работе предложен комплекс стратегических действий, реализуемый на основе авторской методики создания региональных дестинаций как нового элемента территориальной организации ТРК. Ее основными методами являются проведение конкурса инициатив и стратегическое планирование: конкурс позволяет сконцентрировать первоначальные усилия на наиболее мотивированных участниках туристического рынка; в ходе стратегического планирования, в которое вовлекаются местные игроки туристического рынка, формируются кластеры, производящие региональные турпродукты. Важнейшим фактором ак-

тивизации работы кластера является обучение местных производителей турпродукта по актуальным бизнес-программам. Таким образом, методика создания региональных дестинаций действует по определенному алгоритму: проводится отбор инициатив по созданию дестинаций; организуется стратегическое планирование, в которое вовлекаются представители туристической индустрии, органы государственного управления и самоуправления, организации поддержки бизнеса и местное население; обеспечивается компетентный рост участников туристических кластеров.

Научная новизна методики состоит в том, что в качестве ведущих критериев отбора потенциальных дестинаций выступают потенциалы кластерообразования и компетенций, а естественно-ресурсный и инфраструктурный критерии носят вспомогательный характер. Эмпирическая апробация авторской методики была проведена на примере сектора агроэкотуризма в Брестской и Гродненской областях и охватила 17 из 33 административных районов. Наблюдение за пилотными дестинациями с момента начала их создания и до окончания этого процесса выявило существенные экономические эффекты в краткосрочной перспективе, которые выражаются в удвоении числа субъектов агроэкотуризма и тройном росте валовых показателей объемов обслуживания гостей и реализации услуг [1, 2, 4–8, 10, 12, 15, 19, 20, 23, 24, 29–31, 35, 41, 42, 45, 46, 48, 50, 63, 69, 79–97, 99].

Рекомендации по практическому использованию результатов. Практическая реализация результатов проведенного исследования позволяет:

- обеспечить рост уровня конкурентоспособности национальной дестинации Республики Беларусь за счет мобилизации организационно-управленческого фактора развития туристско-рекреационного комплекса;
- повысить обоснованность стратегических решений органов государственного управления туризмом по продвижению национальной дестинации Республики Беларусь на мировой рынок туризма;
- усовершенствовать территориальную организацию национального туристско-рекреационного комплекса путем создания региональных дестинаций на основе стимулирования самоорганизации туристических кластеров.

Результаты диссертационного исследования рекомендуется использовать в практике управления туристско-рекреационным комплексом Республики Беларусь на национальном и региональном уровнях. Отдельные разработки, осуществленные в диссертации, использованы Министерством спорта и туризма Республики Беларусь, Департаментом по туризму Республики Беларусь, Белорусским общественным объединением «Отдых в деревне», применены в процессе стратегического планирования развития туризма в ряде административных районов, а также внедрены в образовательный процесс Белорусского государственного университета и УО «Белорусский государственный экономический университет».

СПИСОК ПУБЛИКАЦИЙ СОИСКАТЕЛЯ УЧЕНОЙ СТЕПЕНИ

Монографии

1. Тарасенок, А. И. Стратегия устойчивого развития экологического туризма в Беларуси : монография / Л. М. Гайдукевич, С. А. Хомич, Я. И. Аношко, А. Н. Анцугай, А. В. Барашко, Г. С. Гигевич, Н. А. Гончарук, П. А. Каминский, И. А. Карпенко, В. А. Клицунова, А. А. Литвинова, Г. И. Марцинкевич, О. С. Мозговая, Д. Г. Решетников, Л. А. Самусенко, Г. И. Сачок, С. П. Сахарова, А. И. Тарасенок, А. В. Унукович, Т. А. Федорцова, И. Н. Чернозипунников, О. С. Шимова, Н. А. Юргенсон ; под общ. ред. Л. М. Гайдукевича, С. А. Хомич. — Минск : БГУ, 2008. — 351 с.

2. Тарасенок, А. И. Конкурентоспособность туристского комплекса Республики Беларусь : монография / Е. Г. Киреенко, Д. Г. Решетников, А. И. Тарасенок, Н. А. Гончарук, З. Н. Тарасенок, А. Н. Решетникова, А. Г. Траскевич, В. Л. Блищ, Л. В. Сасим, П. О. Сороко, А. С. Копанев ; под общ. ред. Е. Г. Киреенко, Д. Г. Решетникова. — Минск : БГПУ, 2010. — 280 с.

3. Тарасенок, А. И. Инновационные инструменты продвижения туристических услуг Республики Беларусь : монография / А. И. Тарасенок, Н. И. Кабушкин, З. М. Горбылева, Т. Е. Баранова, А. Г. Траскевич ; под ред. Н. И. Кабушкина. — Минск : БГЭУ, 2011. — 254 с.

4. Тарасенок, А. И. Геоэкономический механизм обеспечения конкурентоспособности туристской дестинации (на примере Республики Беларусь) : монография / А. И. Тарасенок. — Минск : БГЭУ, 2016. — 199 с.

Статьи в изданиях, учитываемых ВАК Республики Беларусь при оценке выполнения требований по опубликованности результатов диссертационных исследований

5. Тарасенок, А. И. Экологический туризм в структуре современного природопользования / А. И. Тарасенок // Гуманітар.-экан. весн. — 1999. — № 1. — С. 109–113.

6. Тарасенок, А. И. Туристская рента как отражение туристской аттрактивности национальных парков Беларуси / А. И. Тарасенок, В. Н. Шевченко // Природные ресурсы : межведомств. бюл. — 1999. — № 2. — С. 107–113.

7. Тарасенок, А. И. Возможности совершенствования природоохранной сети путем включения в нее рекреационных территорий / А. И. Тарасенок // Природные ресурсы : межведомств. бюл. — 2000. — № 4. — С. 99–108.

8. Тарасенок, А. И. О рекреационно-туристском районировании территории Беларуси для самостоятельных форм туризма / В. И. Ганопольский,

Д. Г. Решетников, А. И. Тарасенок // Науч. тр. / НИИ физич. культуры и спорта Респ. Беларусь. — Минск, 2003. — Вып. 4. — С. 188–192.

9. Тарасенок, А. И. Туристская инфраструктура Республики Беларусь как информационная база учебно-туристической работы / В. И. Ганопольский, Д. Г. Решетников, А. И. Тарасенок // Науч. тр. / НИИ физич. культуры и спорта Респ. Беларусь. — Минск, 2003. — Вып. 4. — С. 192–197.

10. Тарасенок, А. И. Формирование пространственного базиса туризма в Беларуси: сочетание природоохранных и рекреационных функций специализированных территорий / И. И. Пирожник, А. И. Тарасенок, В. М. Яцухно // Земля Беларуси. — 2005. — № 3. — С. 9–16.

11. Тарасенок, А. И. Геоэкономика туризма: на стыке экономики туризма и рекреационной географии / А. И. Тарасенок // Науч. тр. / Белорус. гос. экон. ун-т. — Минск : БГЭУ, 2008. — С. 382–387.

12. Тарасенок, А. И. Туристический комплекс Беларуси: организация управления, пространственный базис, компетенции / А. И. Тарасенок // Белорус. экон. журн. — 2009. — № 2. — С. 92–106.

13. Тарасенок, А. И. Новые подходы к структурированию туристского пространства: от рекреационных районов к геоэкономическим системам / А. И. Тарасенок // Вестн. Белорус. гос. ун-та. Сер. 2, Химия. Биология. География. — 2010. — № 1. — С. 95–98.

14. Тарасенок, А. И. Статистические показатели приоритетности зарубежных рынков сбыта национального турпродукта / А. И. Тарасенок // Науч. тр. / Белорус. гос. экон. ун-т ; В. Н. Шимов (гл. ред.). — Минск : БГЭУ, 2010. — С. 392–397.

15. Тарасенок, А. И. Формирование дестинаций культурного туризма путем внедрения карт-системы продвижения национального продукта / А. И. Тарасенок // Вісн. ДІТБ. Сер. Економіка, організація та управління п-вами турист. індустрії та турист. галузі в цілому. — 2011. — Вип. 15. — С. 245–251.

16. Тарасенок, А. И. Обоснование плана действий по продвижению Беларуси на международном туристском рынке / А. И. Тарасенок // Вісн. ДІТБ. Сер. Економіка, організація та управління п-вами турист. індустрії та турист. галузі в цілому. — 2012. — Вип. 16. — С. 346–353.

17. Тарасенок, А. И. Маркетинг туристских дестинаций в контексте учения о диалоге культур / А. И. Тарасенок // Экономика Крыма. — 2012. — № 4 (41). — С. 451–456.

18. Tarasionak, A. Marketing tourism destinations in the context of the dialogue of cultures / A. Tarasionak // Visnyk of Donetsk Institute of Tourist Business. — 2013. — № 17. — P. 300–306.

19. Тарасенок, А. И. Создание туристических дестинаций: проблемы и практика стратегического планирования на местном уровне / А. И. Тарасенок //

Вісн. ДІТБ. Сер. Економіка, організація та управління п-вами турист. індустрії та турист. галузі в цілому. — 2014. — Вип. 18. — С. 80–85.

20. Тарасенок, А. И. Учение о дестинациях как новая научная основа развития туристского комплекса: теория и практика / А. И. Тарасенок // Науч. тр. / Белорус. гос. экон. ун-т ; В. Н. Шимов (гл. ред.). — Минск : БГЭУ, 2014. — С. 411–419.

21. Тарасенок, А. И. Оценка геоэкономического положения Беларуси в мировом туристском пространстве / А. И. Тарасенок // Вести Ин-та предпринимат. деятельности. — 2015. — № 2(13). — С. 49–56.

22. Тарасенок, А. И. Методологические основы геоэкономического механизма обеспечения конкурентоспособности туристической дестинации / А. И. Тарасенок // Весн. Беларус. дзярж. экан. ун-та. — 2015. — № 4. — С. 14–22.

23. Тарасенок, А. И. Эффекты стратегического планирования развития дестинаций экологического туризма (на примере Брестской и Гродненской областей) // Весн. Гродз. дзярж. ун-та імя Янкі Купалы. Сер. 5. Эканоміка. Сацыялогія. Біялогія. — 2016. — № 1. — С. 77–83.

24. Тарасенок, А. И. Туристический комплекс Республики Беларусь: современные проблемы и новый механизм развития / А. И. Тарасенок // Белорус. экон. журн. — 2016. — № 1. — С. 109–127.

25. Тарасенок, А. И. Институциональная среда формирования туристической дестинации (на примере Беларуси) / А. И. Тарасенок, З. Н. Тарасенок // Вести Ин-та предпринимат. деятельности. — 2016. — № 2(15). — С. 49–56.

26. Тарасенок, А. И. Наука и образование в сфере туризма и рекреации: становление экономической школы Беларуси / Н. И. Кабушкин, А. И. Тарасенок // Науч. тр. / Белорус. гос. экон. ун-т ; В. Н. Шимов (гл. ред.). — Минск : БГЭУ, 2016. — Вып. 9. — С. 151–157.

27. Тарасенок, А. И. Проблемы развития гостиничного хозяйства Республики Беларусь / А. И. Тарасенок, З. Н. Тарасенок // Вести Ин-та предпринимат. деятельности. — 2017. — № 1(16). — С. 41–49.

28. Тарасенок, А. И. О проблемах развития туризма в Республике Беларусь в контексте взаимодействия со странами СНГ / Е. Ф. Волонцевич, А. И. Тарасенок // Науч. тр. / Белорус. гос. экон. ун-т. — Минск : БГЭУ, 2017. — Вып. 10. — С. 106–113.

Статті в зарубіжних наукових рецензованих виданнях

29. Tarasionak, A. I. Tourism Attractiveness of National Parks and Problem of Alternative (Ecological) Tourism Development in Belarus / A. I. Tarasionak // Conditions of the Foreign Tourism Development in Centr. and Eastern Europe / Dep.

of Regional and Tourism Geography Wrocław Univ. — Wrocław, 1999. — Vol. 5. — P. 147–156.

30. Tarasionak, A. Strategic planning of tourist destinations: new approach towards territorial organization of tourism in Belarus / A. Tarasionak // *Geografijos metraštis*. — 2014. — № 47. — P. 25–36.

31. Тарасенок, А. И. Дестинация Беларусь: геоэкономическое положение, инструменты продвижения, кластеры сельского туризма / А. И. Тарасенок // *Gospodarka turystyczna w Europie Środkowej i Wschodniej. Wybrane problemy rozwoju : monografia / red. L. Kozłowski, W. Gierańczyk*. — Toruń : Uniw. M. Kopernika w Toruniu, 2016. — S. 43–55.

32. Tarasionak, A. Geo-economic position of Belarus as a tourist destination / A. Tarasionak // *J. of Geography, Politics and Soc.* — 2016. — № 6(4). — P. 15–26.

33. Tarasionak, A. Connections between scientific research and education in the field of tourism and leisure in Belarus / A. Tarasionak, W. Nikitsin // *European J. of Tourism Research*. — 2017. — № 15. — P. 92–103.

Статьи в рецензируемых сборниках научных трудов

34. Тарасенок, А. И. Рентный механизм эколого-экономической оптимизации туристского природопользования / А. И. Тарасенок // *Европа — наш общий дом: экологические аспекты : междунар. науч. конф., Минск, 6–10 дек. 1999 г. : в 2 ч. : сб. темат. докл. / Науч. Совет при Исполн. ком-те Союза Беларуси и России, Нац. акад. наук Беларуси, Рос. акад. наук*. — Минск, 2000. — Ч. 2. — С. 65–74.

35. Тарасенок, А. И. Проблемы туристского освоения Северного Поозерья (Задвинья) / А. И. Тарасенок // *Чэрскі Іван Дзяменцьевіч (да 160-годзя з дня нараджэння): зб. арт. / Беларус. дзярж. ун-т ; рэдкал.: П. С. Лопух (гал. рэд.) [і інш.]*. — Минск, 2005. — Вып. 1. — С. 10–13.

36. Тарасенок, А. И. Методология анализа коммуникационно-маркетинговых свойств web-сайтов туристских дестинаций (на примере национальных парков Беларуси) / А. И. Тарасенок // *Экономическое образование и современные педагогические технологии. Экономика и предпринимательство : сб. науч. работ, посвящ. 15-летнему юбилею Ин-та предпринимат. деятельности / Ин-т предпринимат. деятельности ; редкол.: В. Л. Цыбовский [и др.] ; под общ. ред. В. В. Шевердова, Л. М. Специан*. — Минск, 2007. — Вып. 1. — С. 151–158.

37. Тарасенок, А. И. Туристская дестинация как объект исследований геоэкономики туризма / А. И. Тарасенок // *Экономическое образование и современные педагогические технологии. Экономика и предпринимательство : сб. науч. работ / Ин-т предпринимат. деятельности ; редкол.: В. Л. Цыбовский*

[и др.] ; под общ. ред. В. В. Шевердова, Л. М. Специан. — Минск, 2008. — Вып. 2. — С. 160–167.

38. Тарасенок, А. И. Компетенции как фактор конкурентоспособности туристского комплекса страны (на примере Беларуси) / А. И. Тарасенок // Туризм и рекреация: фундаментальные и прикладные исследования : IV Междунар. науч.-практ. конф., Москва, 28–29 апр. 2009 г. : тр. / Моск. гос. ун-т им. М. В. Ломоносова ; под общ. ред. В. И. Кружалина. — М., 2009. — С. 280–285.

39. Тарасенок, А. И. Индекс приоритетности рынка сбыта турпродукта дестинации / А. И. Тарасенок, З. Н. Тарасенок // Экономическое образование и современные педагогические технологии. Экономика и предпринимательство : сб. науч. работ / Ин-т предпринимат. деятельности ; редкол.: В. Л. Цыбовский [и др.] ; под общ. ред. В. В. Шевердова, И. С. Солодуха. — Минск, 2009. — Вып. 3. — С. 168–172.

40. Тарасенок, А. И. Маркетинг туристических дестинаций: место в Республике Беларусь, структура и содержание курса, основные понятия / А. И. Тарасенок // Модернизация и внедрение бизнес-образовательных программ подготовки кадров для туристической индустрии : сб. науч. ст. / Витеб. гос. ун-т им. П. М. Машерова ; редкол.: К. Розенталь (отв. ред.) [и др.]. — Витебск, 2011. — С. 79–100.

Материалы и тезисы докладов конференций

41. Тарасенок, А. И. Особенности туристского спроса на рекреационные услуги Браславского национального парка / А. И. Тарасенок // Развитие туризма в условиях современных интеграционных процессов : междунар. науч.-практ. конф., Минск, 3–5 дек. 1997 г. : тез. докл. и сообщ. / М-во спорта и туризма Респ. Беларусь, Рос. междунар. акад. туризма ; редкол.: В. А. Квартальнов [и др.] — М., 1997. — С. 96–99.

42. Тарасенок, А. И. Региональное экоразвитие и туризм / А. И. Тарасенок // Конференция по устойчивому развитию населенных пунктов и территорий, Минск, 24–27 нояб. 1998 г. : сб. докл. / М-во архитектуры и стр-ва Респ. Беларусь, Представительство ООН в Респ. Беларусь. — Минск, 1998. — С. 143–145.

43. Тарасенок, А. И. Особенности туристского спроса на рекреационные услуги природоохранных территорий Беларуси / Л. М. Гайдукевич, А. И. Тарасенок // Беловежская пуца на рубеже третьего тысячелетия : материалы науч.-практ. конф., п. Каменюки, 22–24 дек. 1999 г. / Упр. делами Президента Респ. Беларусь ; отв. ред. А. И. Лучков. — Минск, 1999. — С. 91–93.

44. Тарасенок, А. И. Формирование туристской ренты (на примере национальных парков Беларуси) / А. И. Тарасенок // Туризм: практика, проблемы,

перспективы : материалы междунар. науч.-практ. конф., Минск, 11–13 апр. 2001 г. / Белорус. гос. экон. ун-т ; ред. Н. И. Кабушкин [и др.]. — Минск, 2001. — С. 120–121.

45. Тарасенок, А. И. Влияние экологического туризма на формирование территориальной структуры среды жизнедеятельности населения (на примере Беларуси) / А. И. Тарасенок // Устойчивое развитие туризма на Черноморском побережье : сб. материалов I Междунар. симп., Одесса, 21–25 мая 2001 г. / Гос. ком-т по делам молодежи, спорта и туризма Украины ; ред. Б. М. Кац [и др.]. — Одесса, 2001. — С. 326–343.

46. Тарасенок, А. И. Туристское использование национальных парков Беларуси / А. И. Тарасенок // Туризм и региональное развитие : материалы II Междунар. науч.-практ. конф., Смоленск, 14–15 мая 2002 г. / Смоленск. гуманитар. ун-т ; отв. ред. Л. Ю. Мажар. — Смоленск, 2002. — С. 402–404.

47. Тарасенок, А. И. Экономико-географическая оптимизация туристского использования природоохранных территорий / А. И. Тарасенок // Устойчивое развитие туризма на Черноморском побережье : сб. материалов междунар. симпоз., Одесса, 10–13 июня 2002 г. / Гос. турист. администрация Украины. — Одесса, 2002. — С. 178–187.

48. Тарасенок, А. И. Объективные трудности развития рынка услуг агротуризма в Беларуси / А. И. Тарасенок // Проблемы модернизации экономик Беларуси и России : материалы междунар. науч.-практ. конф., Минск, 24–25 марта 2005 г. / Белорус. гос. экон. ун-т ; ред. В. Н. Шимов [и др.]. — Минск, 2005. — С. 141–143.

49. Тарасенок, А. И. Оценка количественных параметров развития гостиничного хозяйства с целью устранения дефицита современного городского бюджета Полоцка / А. И. Тарасенок // Государственное регулирование экономики и повышение эффективности деятельности субъектов хозяйствования : материалы междунар. науч.-практ. конф., Минск, 21–22 апр. 2005 г. / Акад. упр. при Президенте Респ. Беларусь. — Минск, 2005. — С. 117–118.

50. Тарасенок, А. И. Совершенствование пространственного базиса туристского хозяйства Беларуси / И. И. Пирожник, А. И. Тарасенок, В. М. Яцухно // Туризм и региональное развитие : материалы IV Междунар. науч.-практ. конф., Смоленск, 5–7 окт. 2006 г. / Смоленск. гуманитар. ун-т ; отв. ред. Л. Ю. Мажар. — Смоленск, 2006. — С. 402–404.

51. Тарасенок, А. И. Практичность публикуемой статистики туризма (на примере Беларуси и Южного Тироля) / З. Н. Тарасенок, А. И. Тарасенок // Предпринимательство в Беларуси: опыт становления и перспективы развития : материалы V Междунар. науч.-практ. конф., Минск, 15–16 апр. 2008 г. : в 2 ч. / Ин-т предпринимат. деятельности ; редкол.: В. Л. Цыбовский [и др.] ; под общ. ред. В. В. Шевердова. — Минск, 2008. — Ч. 2. — С. 286–290.

52. Тарасенок, А. И. Размещение Беларуси в геоэкономическом туристском пространстве / А. И. Тарасенок // Предпринимательство в Беларуси: опыт становления и перспективы развития : материалы VII Междунар. науч.-практ. конф., Минск, 20 апр. 2010 г. : в 2 ч. / Ин-т предпринимат. деятельности ; редкол.: В. Л. Цыбовский [и др.] ; под общ. ред. В. В. Шевердова. — Минск, 2010. — Ч. 2. — С. 80–83.

53. Тарасенок, А. И. Трансферт компетенций в туристическую индустрию посредством Tempus-проектов / Н. И. Кабушкин, А. И. Тарасенок // Стан та перспективи інформаційно-інноваційного розвитку ринку туристичних послуг : матеріали VIII Міжнар. науково-практ. конф. проф.-викл. складу, м. Святогірськ, 24–26 верес. 2010 р. / Донецьк. ін-т турист. бізнесу ; редкол.: Г. В. Кузьменко [та ін.]. — Донецьк, 2010. — С. 331–336.

54. Тарасенок, А. И. Продвижение дестинаций культурного туризма путем внедрения карт-системы формирования регионального турпродукта / А. И. Тарасенок // Сб. презентац. материалов Первой междунар. конф. по сотрудничеству и формированию согласованной политики в вопросах развития культурно-познавательного туризма на пространстве СНГ, Москва, 15 марта 2011 г. / Совет по гуманитар. сотрудничеству государств — участников СНГ, Совет по туризму государств — участников СНГ. — М., 2011. — С. 46–50.

55. Тарасенок, А. И. Развитие актуальных научных исследований туризма и рекреации в Беларуси / А. И. Тарасенок // Предпринимательство в Беларуси: опыт становления и перспективы развития : материалы VIII Междунар. науч.-практ. конф., Минск, 12 апр. 2011 г. / Ин-т предпринимат. деятельности ; редкол.: В. Л. Цыбовский [и др.] ; под общ. ред. В. Л. Цыбовского. — Минск, 2011. — С. 140–143.

56. Тарасенок, А. И. Развитие тематики и проблематики диссертационных исследований в области туризма и туристской индустрии в Республике Беларусь / А. И. Тарасенок // Инновационные технологии в сфере туризма, гостеприимства, рекреации и экскурсоведения : материалы междунар. науч.-практ. конф., Минск, 20 апр. 2011 г. / Белорус. гос. ун-т физич. культуры ; редкол.: М. Е. Кобринский (гл. ред.) [и др.]. — Минск, 2011. — С. 138–140.

57. Тарасенок, А. И. Экономическое направление в тематике диссертационных исследований туризма и туристической индустрии в Республике Беларусь / А. И. Тарасенок // Экономический рост Республики Беларусь: глобализация, инновационность, устойчивость : материалы IV Междунар. науч.-практ. конф., Минск, 19–20 мая 2011 г. : в 2 т. / Белорус. гос. экон. ун-т ; отв. ред. В. Н. Шимов. — Минск, 2011. — Т. 2. — С. 356–357.

58. Тарасенок, А. И. Маркетинг туристских дестинаций в контексте диалога культур / А. И. Тарасенок // Туризм та сближення культур : матеріали V Міжнар. наук.-практ. конф., Київ, 3 листоп. 2011 р. : в 2 ч. / Київ. ун-т туризм-

му, економіці та права ; редкол.: В. К. Федорченко (голова) [та ін.]. — К., 2012. — Ч. 1. — С. 20–34.

59. Тарасенок, А. И. Ранжирование по значимости мероприятий по продвижению туристических услуг Республики Беларусь с целью концентрации маркетинговых усилий / А. И. Тарасенок // Экономический рост Республики Беларусь: глобализация, инновационность, устойчивость : материалы V Междунар. науч.-практ. конф., Минск, 17–18 мая 2012 г. : в 2 т. / Белорус. гос. экон. ун-т ; отв. ред. В. Н. Шимов. — Минск, 2012. — Т. 2. — С. 393–394.

60. Тарасенок, А. И. Формирование бренда города-дестинации со сложным культурно-историческим потенциалом (на примере Полоцка) / А. И. Тарасенок // Опыт сохранения историко-культурного наследия и трансграничное сотрудничество в сфере культурного туризма : материалы междунар. науч.-практ. конф., Витебск, 24–25 окт. 2012 г. / Витебск. гос. ун-т им. П. М. Машерова ; редкол.: А. П. Солодков [и др.]. — Витебск, 2012. — С. 218–221.

61. Тарасенок, А. И. Некоторые тенденции развития рынка агроэкотуризма в Республике Беларусь / А. И. Тарасенок // Экономический рост Республики Беларусь: глобализация, инновационность, устойчивость : материалы VI Междунар. науч.-практ. конф., Минск, 15–16 мая 2013 г. : в 2 т. / Белорус. гос. экон. ун-т ; отв. ред. В. Н. Шимов. — Минск, 2013. — Т. 1. — С. 406–407.

62. Тарасенок, А. И. О геоэкономическом механизме обеспечения конкурентоспособности туристических дестинаций / А. И. Тарасенок // Подготовка и повышение квалификации преподавателей дисциплин по туризму и гостеприимству: международный опыт : материалы междунар. науч.-метод. конф., Минск, 8–9 сент. 2014 г. / Респ. ин-т проф. образования ; редкол.: Э. М. Калицкий (пред.) [и др.]. — Минск, 2014. — С. 26–30.

63. Тарасенок, А. И. Рынок агроэкотуризма в Республике Беларусь / А. И. Тарасенок // Экономический рост Республики Беларусь: глобализация, инновационность, устойчивость : материалы VII Междунар. науч.-практ. конф., Минск, 25–26 сент. 2014 г. : в 2 т. / Белорус. гос. экон. ун-т ; В. Н. Шимов (отв. ред.). — Минск, 2014. — Т. 1. — С. 347–349.

64. Тарасенок, А. И. Геоэкономический механизм обеспечения конкурентоспособности туристических дестинаций / А. И. Тарасенок // Управління туристичною індустрією: методологія і практика : матеріали I Міжнар. наук.-практ. конф., Полтава, 2–3 жовт. 2014 р. : зб. наук. пр. / Полтавський нац. техніч. ун-т ім. Ю Кандратюка. — Полтава, 2014. — С. 261–263.

65. Тарасенок, А. И. Методика оценки доходов от международного туризма в Республике Беларусь / А. И. Тарасенок // Экономический рост Республики Беларусь: глобализация, инновационность, устойчивость : материалы VIII Междунар. науч.-практ. конф., Минск, 21–22 мая 2015 г. : в 2 т. / Белорус. гос. экон. ун-т ; В. Н. Шимов (отв. ред.). — Минск, 2015. — Т. 1. — С. 324–325.

66. Тарасенок, А. И. Проблемы развития туристского комплекса Беларуси и геоэкономический механизм их решения / А. И. Тарасенок // Научное обоснование физического воспитания, спортивной тренировки и подготовки кадров по физической культуре, спорту и туризму : материалы XIV Междунар. науч. сессии по итогам НИР за 2015 год, Минск, 21 апр. 2016 г. / Белорус. гос. ун-т физич. культуры ; редкол.: Т. Д. Полякова (гл. ред.) [и др.]. — Минск, 2016. — С. 73–79.

67. Тарасенок, А. И. Современные проблемы развития туристского комплекса Беларуси / А. И. Тарасенок // Экономический рост Республики Беларусь: глобализация, инновационность, устойчивость : материалы IX Междунар. науч.-практ. конф., Минск, 19–20 мая 2016 г. : в 2 т. / Белорус. гос. экон. ун-т ; редкол.: В. Н. Шимов [и др.]. — Минск, 2016. — Т. 1. — С. 345–346.

Методические, учебные, практические и другие публикации

68. Тарасенок, А. И. Туризм в Беларуси : пособие для студентов ф-та междунар. отношений / Л. М. Гайдукевич, А. И. Тарасенок, Д. Г. Решетников, Н. И. Полещук. — Минск : БГУ, 2001. — 133 с.

69. Тарасенок, А. И. Экологический туризм и рекреационное природопользование в Беларуси : учеб.-метод. пособие / А. И. Тарасенок. — Минск, 2003. — 120 с.

70. Тарасенок, А. И. География международного туризма. Зарубежные страны : учеб. пособие / Л. М. Гайдукевич, С. А. Хомич, В. А. Клицунова, М. А. Лавыш, А. И. Тарасенок, Д. Г. Решетников, Н. И. Полещук, О. С. Мозговая. — Минск : Аверсэв, 2003. — 268 с.

71. Тарасенок, А. И. Туризм / В. И. Ганопольский, Д. Г. Решетников, А. И. Тарасенок // Республика Беларусь : энцикл. : в 6 т. — Минск : Беларус. энцикл., 2005. — Т. 1. — С. 1023–1027.

72. Тарасенок, А. И. Туристская энциклопедия Беларуси / З. Я. Андриевская, В. Ф. Винокуров, В. И. Ганопольский, В. В. Гриневецкий, Е. А. Добрицкая, В. В. Дражин, С. С. Ермакова, Т. И. Жуковская, В. М. Зайцев, П. И. Лобанок, Л. В. Ловчая, М. В. Маркевич, О. А. Мечковская, О. Л. Мороз, С. Н. Нестеренко, И. И. Пирожник, Г. А. Потаева, Г. Р. Потаев, Д. Г. Решетников, А. Н. Решетникова, Т. К. Столовых, А. И. Тарасенок, Т. А. Федорцова ; редкол.: Г. П. Пашков [и др.] ; под общ. ред. И. И. Пирожника. — Минск : БелЭн, 2007. — 648 с.

73. Тарасенок, А. И. Геоэкономика туризма : учеб.-практ. пособие / А. И. Тарасенок. — Минск : БГЭУ, 2008. — 146 с.

74. Тарасенок, А. И. Геоэкономика туризма : пособие / А. И. Тарасенок. — Минск : Четыре четверти, 2009. — 211 с.

75. Тарасенок, А. И. Геоэкономика туризма : учеб. пособие / А. И. Тарасенок. — Минск : Новое знание ; М. : ИНФРА-М, 2011. — 272 с.

76. Тарасенок, А. И. Маркетинг туристических направлений : учеб.-практ. пособие / А. И. Тарасенок. — Минск : БГЭУ, 2011. — 199 с.

77. Тарасенок, А. И. Проблемные факторы, сдерживающие развитие экспорта туристических услуг в Республике Беларусь : отчет по НИР / А. И. Тарасенок, Н. И. Кабушкин, З. М. Горбылева, Д. Г. Решетников, А. Г. Траскевич, Т. Е. Баранова, П. А. Литвинов, К. В. Похлебаева, Н. М. Бирицкая, Т. М. Сергеева, А. В. Подоматько, З. Н. Тарасенок, А. В. Галиновская, Е. О. Бойко, И. Т. Касумова // Науч.-практ. бюл. по актуальным проблемам развития белорус. туризма / Нац. агентство по туризму. — Минск, 2012. — С. 2–116.

78. Тарасенок, А. И. Отчет об исследовании «А» «Определение потребностей подготовки и повышения квалификации преподавателей дисциплин по туризму в вузах и ссузах Республики Беларусь» = Report summary of research “A” “Defining Needs for Education and Advanced Training for Tourism Lecturers in Universities and Colleges in Belarus” / Проект программы ТЕМ-ПУС IV Европейской комис. «Подготовка и повышение квалификации преподавателей дисциплин по туризму в Республике Беларусь». — Минск : РИПО, 2012. — 124 с.

79. Тарасенок, А. И. Стратегия развития экотуризма направления «Беловежский тракт» / С. С. Волосюк, С. В. Голомазов, Н. Н. Земляник, Т. Н. Исаева, Е. В. Костючик, А. И. Лысюк, М. Н. Прокопчук, С. В. Сидорук, С. А. Сидорук, А. И. Тарасенок ; под общ. ред. А. И. Тарасенка. — Брест, 2014. — 56 с.

80. Тарасенок, А. И. Стратегия развития экотуризма направления «Долина реки Ясельда» / Е. В. Анисимович, Л. В. Белецкая, А. Н. Белецкий, В. В. Демко, М. Н. Зайцева, А. И. Лысюк, М. М. Остапович, А. И. Тарасенок, Е. Я. Тарасюк ; под общ. ред. А. И. Тарасенка. — Брест, 2014. — 60 с.

81. Тарасенок, А. И. Стратегия развития экотуризма направления «Зеленое кольцо Барановичей» / В. Н. Дерман, С. В. Ерущенко, В. Н. Зуев, Н. Н. Зуева, Е. В. Калач, Т. В. Комаровская, О. Н. Майсюк, Е. А. Онипченко, О. В. Пономарев, А. В. Стрельцов, А. И. Тарасенок, А. А. Тарасюк, Т. И. Турко, М. Г. Хвалько, К. А. Шпетная, Е. В. Юркевич ; под общ. ред. А. И. Тарасенка. — Брест, 2014. — 48 с.

82. Тарасенок, А. И. Стратегия развития экотуризма направления «Зеленый берег Гродно» / Н. Г. Баркова, М. И. Беленик, С. В. Вавилов, Л. И. Гришкевич, Г. И. Калиновская, И. Г. Лапехо, Г. И. Морозик, Д. А. Морозик, Н. Орловская, С. М. Салей, В. Я. Солома, Л. И. Тарасенко, А. И. Тарасенок, В. В. Ушкевич, М. Н. Чистяков, Г. А. Фатеева, Р. Ф. Якимчук ; под общ. ред. А. И. Тарасенка. — Брест, 2014. — 72 с.

83. Тарасенок, А. И. Стратегия развития экотуризма дестинации «Земля Мицкевича» / М. А. Зуевич, Н. Д. Малец, А. В. Стрельцов, А. И. Тарасенок, Л. М. Федорчук, С. В. Чертко ; под общ. ред. А. И. Тарасенка. — Брест, 2014. — 44 с.

84. Тарасенок, А. И. Стратегия развития экотуризма дестинации «Зэльвенскі дыяруш» / Е. С. Билык, В. С. Корж, Ю. В. Куликов, С. И. Миканович, А. П. Рожко, В. М. Семеняко, А. И. Тарасенок ; под общ. ред. А. И. Тарасенка. — Брест, 2014. — 44 с.

85. Тарасенок, А. И. Стратегия развития экотуризма дестинации «Край пушанских чудес и тайнств» / И. И. Воронец, В. И. Жуков, Л. В. Искрицкий, Я. Т. Козюк, В. С. Корож, А. Ю. Пекаръ, С. А. Поляков, В. А. Субботка, А. И. Тарасенок ; под общ. ред. А. И. Тарасенка. — Брест, 2014. — 48 с.

86. Тарасенок, А. И. Стратегия развития экотуризма дестинации «Мирское графство» / Н. Н. Борейко, С. А. Кудлаш, И. Л. Лазаревич, А. А. Лизунов, В. Я. Сакель, И. П. Радюкевич, А. В. Стрельцов, А. И. Тарасенок, А. П. Черная ; под общ. ред. А. И. Тарасенка. — Брест, 2014. — 40 с.

87. Тарасенок, А. И. Стратегия развития экотуризма дестинации «Мотольский шлях» / В. А. Бородинчик, Е. П. Дорогокупец, В. А. Клицунова, О. Г. Кульбеда, С. С. Млынчик, И. Н. Стасевич, Н. Ф. Стасевич, А. И. Тарасенок, Н. М. Шиколай, А. Ф. Шурхай ; под общ. ред. А. И. Тарасенка. — Брест, 2014. — 52 с.

88. Тарасенок, А. И. Стратегия развития экотуризма дестинации «Муховэцька кумора» / В. В. Барановская, Н. Н. Головацкая, А. И. Лысюк, А. Г. Новащук, В. В. Новик, А. А. Поликарпук, С. В. Поликарпук, А. И. Тарасенок, В. В. Трубчик, Г. Ф. Турицин, А. И. Цапук, В. Н. Чиквин ; под общ. ред. А. И. Тарасенка. — Брест, 2014. — 44 с.

89. Тарасенок, А. И. Стратегия развития экотуризма дестинации «Наследие Гедимины» / К. А. Анонько, А. С. Аполоник, Ч. М. Борко, А. М. Врублевская, А. Т. Главницкий, А. Н. Драб, Е. Л. Дятчик, С. И. Дубовик, В. Р. Жураковский, Н. В. Иода, Г. П. Конон, В. В. Линго, А. Г. Локтевич, Л. И. Мастюгин, С. А. Огарко, О. В. Соколовская, А. Е. Соленков, А. И. Тарасенок, О. Л. Тарасов, Е. В. Щелина ; под общ. ред. А. И. Тарасенка. — Брест, 2014. — 52 с.

90. Тарасенок, А. И. Стратегия развития экотуризма дестинации «Пинское Полесье» / И. Н. Богатко, С. А. Демьянов, А. В. Дорогенский, В. А. Кутузов, А. И. Минич, А. С. Садовский, А. В. Стрельцов, А. И. Тарасенок, И. С. Трубкина, Г. В. Фабишевская, В. В. Фабишевский, Т. А. Хвагина ; под общ. ред. А. И. Тарасенка. — Брест, 2014. — 42 с.

91. Тарасенок, А. И. Стратегия развития экотуризма дестинации «По следам древних шахтеров» / Д. В. Ваканов, Р. Э. Волчок, А. В. Гуштын, Е. В. Живица, Д. А. Зезюля, В. Корж, Е. И. Соленик, А. И. Тарасенок, С. А. Тихонова, Н. А. Чумакова ; под общ. ред. А. И. Тарасенка. — Брест, 2014. — 44 с.

92. Тарасенок, А. И. Стратегия развития экотуризма дестинации «Полесская Амазония» / В. А. Клицунова, А. С. Маляшкевич, В. В. Мелешин, С. Ф. Сидоревич, М. Г. Скребейко, А. И. Тарасенок, И. В. Яхновец ; под общ. ред. А. И. Тарасенка. — Брест, 2014. — 52 с.

93. Тарасенок, А. И. Стратегия развития экотуризма дестинации «Северные Афины» / И. С. Артамошина, Л. В. Белуш, Г. П. Бычко, И. Г. Голдыцкая, Т. В. Кежун, В. М. Маркевич, М. А. Михалькевич, Г. П. Матюшенко, Т. М. Ражева, А. И. Тарасенок, А. Н. Шитикова ; под общ. ред. А. И. Тарасенка. — Брест, 2014. — 64 с.

94. Тарасенок, А. И. Стратегия развития экотуризма дестинации «Северный вектор Гродненщины» / Г. П. Бычко, С. А. Жилин, В. Р. Жураковский, О. Н. Казакевич, В. Б. Махнач, А. Ю. Плюто, Н. В. Смирнова, А. И. Тарасенок, С. В. Шеин ; под общ. ред. А. И. Тарасенка. — Брест, 2014. — 48 с.

95. Тарасенок, А. И. Стратегия развития экотуризма дестинации «Щучинская» / А. Г. Амшей, В. Р. Жураковский, Г. П. Качановская, Ф. С. Мамуль, О. Н. Семашко, А. И. Тарасенок, Т. В. Трукшина, Г. И. Цивинский, И. В. Черняков, Я. М. Ярошик ; под общ. ред. А. И. Тарасенка. — Брест, 2014. — 54 с.

96. Тарасенок, А. И. Бизнес в агро- и экотуризме : производственно-практ. пособие / А. И. Тарасенок, Т. Е. Баранова, М. В. Боровко, Г. В. Бороздина, Е. Ф. Волонцевич, Н. И. Кабушкин, Е. Ф. Киреева, В. А. Клицунова, С. В. Олюнин, О. А. Пузанкевич, В. М. Разуванов, Д. Г. Решетников ; под ред. А. И. Тарасенка / Программа развития ООН. — Минск, 2014. — 380 с.

97. Тарасенок, А. И. Геоэкономический механизм обеспечения конкурентоспособности туристических дестинаций : учеб.-метод. пособие / А. И. Тарасенок. — Минск : РИПО, 2014. — 144 с.

98. Тарасенок, А. И. Методические рекомендации по статистике туризма, на основе рекомендаций Всемирной туристской организации (ЮНВТО) : справ. изд. / сост. Г. И. Гасюк, В. П. Кармазин, А. И. Тарасенок ; Программа развития ООН в Респ. Беларусь, М-во спорта и туризма Респ. Беларусь. — Минск, 2015. — 58 с.

99. Тарасенок, А. И. Предложения реформ, направленные на улучшение состояния въездного туризма : аналитический отчет в рамках проекта «РЕФОРУМ» [Электронный ресурс] / Д. Г. Решетников, М. В. Боровко, Р. Н. Костицын, А. И. Тарасенок. — 96 с. — Режим доступа: http://belinstitute.eu/sites/biss.newmediahost.info/files/attached-files/BISS_SA14_2016ru.pdf. — Дата доступа: 08.11.2017.

100. Тарасенок, А. И. Проблемы учета доходов от иностранного туризма и методика их оценки / А. И. Тарасенок // Экономика, финансы, управление. — 2017. — № 6(212). — С. 7–13.

РЭЗІЮМЭ

Тарасенак Аляксандр Іванавіч

Геаэканамічны механізм забеспячэння канкурэнтаздольнасці нацыянальнай турыстычнай дэстынацыі: метадалогія і практыка рэалізацыі

Ключавыя словы: турыстычная дэстынацыя, геаэканамічны механізм, канкурэнтаздольнасць дэстынацыі, турысцка-рэкрэацыйны комплекс, турызм і рэкрэацыя, турыстычная індустрыя.

Мэта даследавання: тэарэтычнае, метадалагічнае і прыкладное абгрунтаванне геаэканамічнага механізму забеспячэння канкурэнтаздольнасці нацыянальнай турыстычнай дэстынацыі.

Метады даследавання: сістэмны падыход і сінэргетыка, логіка і навуковая абстракцыя, аналіз і сінтэз, статыстычныя метады, экспертная ацэнка.

Атрыманыя вынікі і іх навізна: аўтарскі навуковы напрамак — геаэканоміка турызму, у рамках якога турысцка-рэкрэацыйны комплекс нацыянальнай эканомікі ўпершыню разглядаецца на аснове дэстынацыйнага і геаэканамічнага падыходаў; аўтарская метадалогія ацэнкі канкурэнтаздольнасці нацыянальнай дэстынацыі; тэарэтычная мадэль геаэканамічнага механізму забеспячэння канкурэнтаздольнасці турыстычнай дэстынацыі; стратэгічныя рашэнні прывядзення ў дзеянне геаэканамічнага механізму забеспячэння канкурэнтаздольнасці дэстынацыі, заснаваныя на аўтарскай метадыцы разліку індэкса прыярытэтнасці рынкаў прасоўвання дэстынацыі; комплекс стратэгічных дзеянняў па фарміраванні рэгіянальных дэстынацый на аснове падыходу кампетэнтнаснага і інстытуцыйнага росту мясцовых супольнасцяў.

Рэкамендацыі па выкарыстанні: вынікі даследавання рэкамендуецца выкарыстоўваць у практыцы кіравання турысцка-рэкрэацыйным комплексам Рэспублікі Беларусь. Асобныя распрацоўкі ў рамках дысертацыі ўкаранёны ў практыку дзейнасці Міністэрства спорту і турызму Рэспублікі Беларусь, Дэпартаменту па турызму Рэспублікі Беларусь, БГА «Адпачынак у вёсцы», адукацыйны працэс Беларускага дзяржаўнага ўніверсітэта і УА «Беларускі дзяржаўны эканамічны ўніверсітэт».

Вобласць ужывання: нацыянальная турыстычная палітыка, рэгіянальнае ўпраўленне турызмам, гаспадарчая дзейнасць арганізацый турыстычнай індустрыі, вучэбная і навуковая дзейнасць.

РЕЗЮМЕ

Тарасенок Александр Иванович

Геоэкономический механизм обеспечения конкурентоспособности национальной туристической дестинации: методология и практика реализации

Ключевые слова: туристическая дестинация, геоэкономический механизм, конкурентоспособность дестинации, туристско-рекреационный комплекс, туризм и рекреация, туристическая индустрия.

Цель исследования: теоретическое, методологическое и прикладное обоснование геоэкономического механизма обеспечения конкурентоспособности национальной туристической дестинации.

Методы исследования: системный подход и синергетика, логика и научная абстракция, анализ и синтез, методы статистики, экспертная оценка.

Полученные результаты и их новизна: авторское научное направление — геоэкономика туризма, в рамках которого туристско-рекреационный комплекс национальной экономики впервые рассматривается на основе дестинационного и геоэкономического подходов; авторская методология оценки конкурентоспособности национальной дестинации; теоретическая модель геоэкономического механизма обеспечения конкурентоспособности туристической дестинации; стратегические решения приведения в действие геоэкономического механизма обеспечения конкурентоспособности дестинации, базирующиеся на авторской методике расчета индекса приоритетности рынков продвижения дестинации; комплекс стратегических действий по формированию региональных дестинаций на основе подхода компетентностного и институционального роста местных сообществ.

Рекомендации по использованию: результаты исследования рекомендуются использовать в практике управления туристско-рекреационным комплексом Республики Беларусь. Отдельные разработки в рамках диссертации внедрены в практику деятельности Министерства спорта и туризма Республики Беларусь, Департамента по туризму Республики Беларусь, БОО «Отдых в деревне», учебный процесс Белорусского государственного университета и УО «Белорусский государственный экономический университет».

Область применения: национальная туристическая политика, региональное управление туризмом, хозяйственная деятельность организаций туристической индустрии, учебная и научная деятельность.

SUMMARY

Tarasionak Aliaksandr Ivanavich

Geo-economic mechanism of building competitiveness for national tourism destinations: methodology and implementation practices

Keywords: tourism destination, geo-economic mechanism, destination competitiveness, of tourism and recreational complex, recreation and tourism, tourism industry.

Research objective: to develop the methodology and implementation framework to apply the geo-economic mechanism of building competitiveness for national tourist destinations.

Research methods: system and synergetic approach, logic and scientific abstraction, analysis and synthesis, statistical methods, expert assessments.

The results obtained and their novelty: author's scientific direction — geoeconomics of tourism, within the framework of which the tourism and recreational complex of the national economy is addressed on the basis of destination and geoeconomic approaches; author's methodology for assessing destination competitiveness; theoretical model of the geo-economic mechanism of competitiveness building for tourism destinations; strategic decisions to implement the geo-economic mechanism of competitiveness building for destinations, based on the author's methodology of assessing the priority index for target markets to promote the destination; a complex of strategic actions for the creating of regional destinations on the basis of institutional and competence growth attributed to local communities.

Recommendations for application: The results of the research can contribute to the management processes of the tourism complex of Belarus. A range of practical results has been introduced into practice of the Ministry of Sport and Tourism of the Republic of Belarus, the Department of Tourism of the Republic of Belarus, Belarusian Agro- and Ecotourism Association “Country Escape”, as well as in the educational process of the Belarusian State Economic University and the Belarusian State University.

Fields of application: national tourism policy, regional management of tourism, business performance of the tourism industry companies, education and research.

Редактор *Т.В. Скрипко*
Корректор *С.В. Лукашевич*
Технический редактор *О.В. Амбарцумова*
Компьютерный дизайн *О.Н. Белезяк*

Подписано в печать 07.05.2018. Формат 60×84/16. Бумага офсетная. Гарнитура Times New Roman. Офсетная печать. Усл. печ. л. 3,0. Уч.-изд. л. 2,9. Тираж 66 экз. Заказ

Издатель и полиграфическое исполнение: УО «Белорусский государственный экономический университет».

Свидетельство о государственной регистрации издателя, изготовителя, распространителя печатных изданий № 1/299 от 22.04.2014, № 2/110 от 07.04.2014.

Пр. Партизанский, 26, 220070, Минск.