

Можно сделать вывод, что спортивно-событийный туризм набирает все большие обороты. Перспективы развития спортивно-событийного туризма довольно значительные, это и развитие уже имеющихся направлений, и разработка новых. Экономический эффект от развития спортивно-событийного туризма многоуровневый. В результате туристской деятельности образуется бюджетный эффект – результат пополнения бюджетов различных уровней за счет налоговых поступлений. Сюда следует отнести: систему транспорта, систему проживания, систему питания, систему экскурсионного обслуживания, систему отдыха и оздоровления.

Утверждении государственной программы «Беларусь гостеприимная» на 2016–2020 годы [Электронный ресурс]: постановление Совета Министров Респ. Беларусь, 23.03.2016 г., № 232; в ред. от 02.10.2018 г. // КонсультантПлюс. Беларусь / ООО «ЮрСпектр», Нац. центр правовой информ. Респ. Беларусь. – Минск, 2019.

Векоторых мерах государственной поддержки развития туризма в Республике Беларусь [Электронный ресурс]: Указ Президента Респ. Беларусь, 02.06.2006 г., № 371; в ред. от 06.04.2017 г. // КонсультантПлюс. Беларусь / ООО «ЮрСпектр», Нац. центр правовой информ. Респ. Беларусь. – Минск, 2019.

Устабвлении безвизового порядка въезда и выезда иностранных граждан [Электронный ресурс]: Указ Президента Респ. Беларусь, 26.12.2017 г., № 462 // КонсультантПлюс. Беларусь / ООО «ЮрСпектр», Нац. центр правовой информ. Респ. Беларусь. – Минск, 2019.

Мерах по подготовке и проведению II Европейских игр 2019 года [Электронный ресурс]: Указ Президента Респ. Беларусь, 24.07.2018 г., № 292 // КонсультантПлюс. Беларусь / ООО «ЮрСпектр», Нац. центр правовой информ. Респ. Беларусь. – Минск, 2019.

УДК 338.48(476)

Еловая Е.М.

Институт бизнеса Белорусского государственного университета
Республика Беларусь, Минск

ТУРИСТИЧЕСКИЙ ПРОДУКТ КАК ОДИН ИЗ ГЛАВНЫХ ФАКТОРОВ ПОВЫШЕНИЯ ЭКСПОРТНОГО ПОТЕНЦИАЛА РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ

Elovaya E.M.

Institute of Business of Belarusian State University
Republic of Belarus, Minsk

THE TOURIST PRODUCT AS ONE OF THE MAIN FACTORS OF INCREASING THE EXPORT POTENTIAL OF THE REPUBLIC OF BELARUS

ABSTRACT. The article reveals the essence of the problem of promoting the national tourism of the Republic of Belarus as a special type of export, analyzes the export potential of the tourism industry of the country, defines the place of the Republic of Belarus in the global tourism market, reveals the share of export of tourist services of the Republic of Belarus in the world export. The main marketing directions are revealed and practical

recommendations are given on promoting the tourist product of the Republic of Belarus to foreign target markets.

KEYWORDS: export; tourism; tourist exports; tourist services; tourist potential; export potential; promotion.

АННОТАЦИЯ. В статье раскрыта сущность проблемы продвижения национального туризма Республики Беларусь как особого вида экспорта, проанализирован экспортный потенциал туристической отрасли страны, определено место Республики Беларусь на мировом туристическом рынке, выявлена доля экспорта туристических услуг Республики Беларусь в мировом экспорте. Раскрыты основные маркетинговые направления и даны практические рекомендации по продвижению туристического продукта Республики Беларусь на зарубежные целевые рынки.

КЛЮЧЕВЫЕ СЛОВА: экспорт; туризм; туристический экспорт; туристические услуги; туристический потенциал; экспортный потенциал; продвижение.

Туризм – одна из динамично развивающихся отраслей экономик многих стран мира, которая обладает большим потенциалом роста.

Актуальным вопросом становится процесс продвижения рационального туризма как особого вида экспорта, предоставляющего потребителям услуги и реализующего их потребности на конкретной территории и не требующего вывоза национальных ресурсов страны.

Генеральная Ассамблея ООН провозгласила XXI столетие веком устойчивого развития, важной частью которого является туризм. Всемирной туристской организацией отмечается особая роль туризма в укреплении межкультурного взаимопонимания и уважения.

Важным каналом формирования и поддержания имиджа, продвижения международного признания страны, площадкой двух- и многосторонних переговоров являются туристско-культурная дипломатия. Страны, осуществляющие туристический обмен, более конструктивно решают возникающие между ними проблемы, приобретающие особую значимость в условиях глобализации и информатизации мира [4]. Исследование Всемирного совета по туризму и путешествиям выявило, что вклад туризма в мировой ВВП в 2017 году составил \$8,3 трлн – т. е. 10,4 % от его общего объема. Прогнозируется, что к 2028 году вклад туризма в мировой ВВП составит \$12,5 трлн или 11,7 % от общего объема.

Международный туризм дает 7–8 % от общего объема мирового экспорта и 30 % от экспорта услуг.

Согласно исследованиям, отраженным в обзоре «Барометр мирового туризма», темпы роста международных прибытий в глобальном масштабе, начиная с 2009 года, ежегодно показывали прирост, более, чем на 5 % [6].

Количество международных туристских прибытий в 2017 году составило 1 млрд 186 млн человек. Всемирная туристская организация прогнозирует увеличение потока прибытий к 2030 году до 1,8 млрд человек.

Туристическая отрасль обеспечивает каждое десятое рабочее место в мире: в 2017 году таких мест было 313 млн, а к 2028 году количество вырастет до 414 млн – за счет Китая, Индии, Индонезии и США [2].

Важно подчеркнуть, что в Республике Беларусь именно сфера услуг и туризма имеет наибольший потенциал для роста национальной экономики.

Однако Республика Беларусь не является серьезным участником международного туристического рынка – в 2018 году страна снова не вошла в список туристических конкурентоспособных государств по определению индекса конкурентоспособности туристической индустрии. В Республике Беларусь международный туризм по степени влияния на экспорт не существенен – 1,38% в общем экспорте и 9,2 % в экспорте услуг [5].

Важность продвижения туристического сектора для экономики страны заключается в том, что туризм [4]:

- способствует региональному развитию;
- туризм работает на возобновляемых ресурсах;
- объединяет услуги большого количества отраслей экономики;
- содействует прямой и косвенной занятости;
- стимулирует развитие малого и среднего предпринимательства, сельского хозяйства;
- расширяет рынок потребительских товаров и услуг;
- развивает патриотизм среди граждан;
- знания о достижениях страны, ее истории и культуре среди зарубежных гостей.

В 2018 году в Республике Беларусь были приняты меры по либерализации визового режима, расширению границ безвизовых зон, активизации мероприятий маркетинга и агроэкотуризма.

С начала года Министерство спорта и туризма Республики Беларусь с общественными организациями и бизнесом провело более 20 маркетинговых мероприятий (туристические выставки, конференции и форумы) в Европе, США, Азии.

Вместе со значительными переменами в туристической инфраструктуре в Республике Беларусь произошло увеличение количества организаций, занимающихся туристической деятельностью, – с 2015 по 2017 гг. число организаций увеличилось на 80 единиц и составило 1444 [3, с. 23].

Происходит постепенное развитие туристической отрасли Республики Беларусь, осознание значимости и преимуществ продвижения международного туризма для экономики страны.

В Национальной стратегии устойчивого развития Республики Беларусь определено, что «главной целью развития туризма до 2030 года является входение страны в число 50 ведущих стран по его уровню в результате создания высокоэффективного и конкурентоспособного туристического комплекса» [1].

Стоит отметить, что участие Республики Беларусь в интеграционных процессах в рамках Евразийского союза предоставляет также стране дополнительные возможности по ее продвижению и развитию как внутри региона, так и за его пределами.

С учетом особенностей развития национальной экономики при имеющихся возможностях и ресурсах Республике Беларусь в качестве примера для продвижения национального туристского продукта, создания благоприятного делового и туристического климата следует взять сложившиеся тенденции на глобальном международном туристическом рынке.

Исходя из вышесказанного, продвижение национального туристского продукта должно протекать одновременно со следующими процессами:

- дифференциация и диверсификация туристического продукта;
- кооперация, специализация, интернационализация, взаимосвязь мирового туристического рынка с другими рынками;

- повышение доступности страны и продвижение перспективных туристических направлений с помощью ИТ, механизма ГЧП;
- ориентация туристического спроса на развивающиеся рынки международного туризма (Китай, Иран, Индия);
- переориентация спроса на внутрирегиональные поездки, развитие межрегионального туризма;
- обеспечение высокого качества обслуживания.

Список использованных источников:

1. Национальная стратегия устойчивого социально-экономического развития Республики Беларусь на период до 2030 г. // Экономический бюллетень НИЭИ Министерства экономики Республики Беларусь. – 2015. – № 4 (214). – С. 6–99.
2. Пресс релиз ЮНВТО [Electronic resource] // World Tourism Organization. – Mode of access: <http://media.unwto.org/ru/press-release/2016-01-19/chislo-mezhdunarodnykh-turistskikh-pribytii-v2015-godu-vozroslo-na-4-i-dos-3>. – Date of access: 20.01.2019.
- 3 Туристические ресурсы в Республике Беларусь: стат. сб. / Национальный статистический комитет Респ. Беларусь. – Минск, 2018. – 72 с.
4. Туристический сектор стран ЕАЭС имеет значительный потенциал [Электронный ресурс] // Мир Евразии. – Режим доступа: <http://wef.kz/analytics/turisticheskij-sektor-stran-eae-s-imee>. – Дата доступа: 20.01.2019.
5. Travel & Tourism Competitiveness Report, 2016 [Electronic resource] / World Economic Forum. – Mode of access: http://www3.weforum.org/docs/WEF_TTCR_2017_web_0401.pdf. – Date of access: 20.01.2019.
6. WTO Tourism Barometer [Electronic resource] / World Tourism Organization. – Mode of access: <http://mkt.unwto.org/barometer>. – Date of access: 20.01.2019.