

5. Inclusive Tourism Marketing Toolkit. Workbook for collecting key information on Accommodation and Resorts [Электронный ресурс]. — Режим доступа: [http://www.keroul.qc.ca/DATA/PRATIQUEDOCUMENT/166\\_fr.pdf](http://www.keroul.qc.ca/DATA/PRATIQUEDOCUMENT/166_fr.pdf). — Дата доступа: 15.03.2016.

## **Сравнительный анализ туристической индустрии в Республике Беларусь и странах ЕАЭС**

*Герасимчик К. С., студ. II к. БГУУ,  
науч. рук. Ожигина В. В., канд. эк. наук, доц.*

Туризм рассматривается как одна из наиболее доходных и интенсивно развивающихся отраслей мировой экономики, а участие Республики Беларусь в интеграционных процессах в рамках ЕАЭС предоставляет дополнительные возможности по его развитию как внутри данного региона, так и с третьими странами, не участвующими в нем. В ЕАЭС произошли значительные перемены в туристической инфраструктуре, увеличилось количество организаций, занимающихся туристической деятельностью, в частности в Республике Беларусь с 2010 по 2013 гг. число организаций увеличилось на 302 единицы [1, с. 30].

Туристический потенциал региона ЕАЭС имеет ряд особенностей: богатые ресурсы для занятия спортивным туризмом и альпинизмом, горнолыжным спортом, значительное количество целебных минеральных источников, большой потенциал для водного туризма, богатейшее культурное наследие, включая памятники древней архитектуры, церкви, традиции. Но каждая страна ЕАЭС имеет свою специфику и преимущества, особую историю и природный потенциал, уникальные туристические объекты, например, горнолыжный курорт Цахкадзор в Армении — вторая Швейцария, маршрут «Великий Шелковый Путь» в Казахстане, Беловежская пуца в Беларуси, удивительные вулканы и национальные парки в Камчатском крае России, знаменитое озеро с морской водой Иссык-Куль в Кыргызстане [2].

Для реализации данного туристического потенциала странами ЕАЭС предпринимаются следующие меры государственного регулирования на национальном уровне: создание современной инфраструктуры туризма, стимулирование экспорта туристических услуг, упрощение въездного режима, повышение эффективности использования имеющегося природного потенциала.

На региональном уровне в ЕАЭС проводятся туристические выставки, форумы, приняты меры по установлению безвизового порядка въезда и выезда иностранных граждан в туристических целях на срок до трех суток, подписаны двусторонние соглашения и др.

На международном уровне регулирования осуществляется сотрудничество в рамках участия стран ЕАЭС во Всемирной туристской организации.

Однако в туристической индустрии стран ЕАЭС можно выделить и ряд проблем:

1. Сохранение тенденции к преобладанию выездного туризма над въездным [1, с. 32];

2. Низкий уровень обслуживания, явное завышение цен и их несоответствие качеству предоставляемых услуг для иностранных туристов;

3. Неэффективная профессиональная подготовка специалистов по туризму;

4. Низкий уровень развития системы маркетинга национального туристского продукта и его продвижения на мировом и внутреннем рынках, отсутствие координации маркетинга туристического продукта в ЕАЭС. Единственное, что удастся делать в этом направлении — проводить международные ярмарки и выставки (например, ИНТУРМАРКЕТ (Россия), Казахстанская международная туристская выставка «Туризм и путешествия» КИТФ);

5. Низкая покупательная способность населения, не позволяющая обеспечивать высокую доходность отрасли только за счет внутреннего туризма, оказывающая негативное воздействие на развитие детского, молодежного, спортивного и экологического туризма;

6. Конкуренция между странами ЕАЭС за привлечение иностранных туристов.

Таким образом, оптимистически оценивая перспективы развития туризма в странах ЕАЭС, следует отметить, что от сегодняшнего состояния до эффективного использования имеющегося туристского потенциала следует пройти большой путь.

В этой связи для повышения эффективности развития туризма в ЕАЭС предлагается следующее: реализация совместных программ для более эффективного и быстрого развития туризма, проектирование совместных туристических маршрутов, которые бы задействовали организации нескольких стран ЕАЭС, с установлением безвизового порядка въезда и выезда иностранных граждан, создание условий для приоритетного развития внутреннего (в рамках ЕАЭС) и выездного туризма, разработка единого турпродукта, соответствующего рыночному спросу и востребованного на международном рынке, двустороннее и многостороннее сотрудничество между странами ЕАЭС (международные выставки, форумы, проекты).

Можно использовать и опыт других интеграционных объединений в этой сфере. Так, в КАРИКОМ в 2006–2007 гг. была пробно реализована идея безвизового туристического пространства для посетителей Кубка мира по крикету с использованием единой визы. Восточно-Африканский союз ко-

ординирует политику в сфере туризма с 2006 г., в 2014 г. введена единая туристическая виза, согласованы иммиграционные формы на внешних границах, координируется маркетинг в сфере туризма. В Вышеградской группе (Польша, Венгрия, Чехия, Словакия) с 2003 г. реализуется совместная маркетинговая стратегия «Европейский Квартет — Одна Мелодия» для совместного туристического продвижения стран. Эта сфера также координируется в АСЕАН, САДК, ЭКОВАС, ССАГПЗ, ФТО и др.

### Литература

1. Туризм и туристические ресурсы в Республике Беларусь 2014 / Национальный статистический комитет Республики Беларусь. — Минск: 2014. — 105 с.

2. Евразийская интеграция // Ритм Евразии [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <http://www.ritmeurasia.org/news--2015-08-03--belovezhskaja-puscha-sahkadzor-issyk-kul-potencial-turizma-v-eaes-19011>. — Дата доступа: 27.04.2016.

## Travel agencies vs. online booking

*Гринь У. А., Зеленкова Д. В., студ. IV к. БГУ,  
науч. рук. Дрозд А. Ф., канд. филол. наук, доц.*

Booking, Kayak, Expedia, Sky Scanner and others, the names of these companies are widespread. Lately there has been a significant increase in travel planning tools on the Internet and more and more people prefer to organize their trip by themselves. Then, the question is: how travel agencies should react to this situation, what measures should be taken and whether they can remain competitive in the fight with technological progress.

In our research we'd like to determine the future role of travel agencies. Hence, the objectives of our research are:

- To investigate the advantages and disadvantages of applying to travel agencies;
- To find out the competitive advantages of online booking systems;
- To analyze the risks of disappearing of traditional travel agencies;
- To offer solutions to the problems.

The advantages of travel agencies are: individual approach, time economy, trip organization, immense opportunities, and additional services.

The disadvantages of travel agencies: high price, lack of freedom, cancellation policy.

The advantages of online booking: price, wide choice, special offers, free cancellation.