

Несмотря на то, что интеграция в единое европейское пространство отрицательно сказалась на ряде макроэкономических показателей стран ЦВЕ, в будущем она будет способствовать улучшению показателей функционирования туристического комплекса. Тенденции развития структурных и динамических показателей свидетельствуют о том, что регион ЦВЕ сохранит высокие темпы развития туризма в долгосрочной перспективе. Эффективная деятельность правительств государств и общественных организаций будет направлена на создание благоприятного имиджа региона и развитие приоритетных для него видов туризма.

Туристический продукт государств ЦВЕ является самым популярным среди белорусских потребителей. В страны ЦВЕ в 2007 г. направлялось около 70 % всех туристов, выехавших из Беларуси, из них 84 % — в соседние страны. Значительная величина выездного потока обусловлена географической близостью посещаемых стран, более низким, по сравнению с другими регионами, уровнем цен на туруслуги, устойчивыми предпочтениями потребителей, сложившимися за длительное время присутствия данных потребителей на белорусском рынке, и рядом других факторов.

Использование туристических направлений стран ЦВЕ многими белорусскими турфирмами исключительно в качестве производителей прибыли не может способствовать укреплению положения этого продукта на рынке в долгосрочной перспективе. Поэтому большинству предприятий, работающих со странами ЦВЕ, необходимо пересмотреть стратегии продвижения данных направлений.

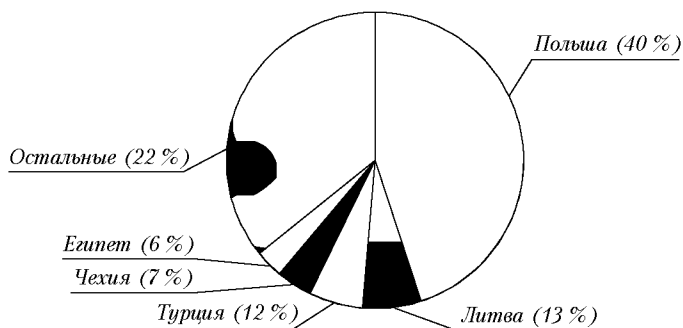
Ужесточение таможенных формальностей и повышение стоимости продукта стран ЦВЕ не способствует активизации туристического обмена между Республикой Беларусь и странами региона. Однако целью сотрудничества правительств и ведомств в сфере международного туризма является установление долгосрочных отношений между государствами, которые позволят обеспечить более эффективное взаимодействие их туристических комплексов.

ПРИОРИТЕТНЫЕ НАПРАВЛЕНИЯ ВЫЕЗДНОГО ТУРИЗМА РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ

Ермолович А. А., Белорусский государственный университет

Развитие международного туризма характеризуется высокими темпами роста (750 млн туристских прибытий в 2000 г., 900 млн в 2007 г.) и масштабами влияния на уровень развития мирового сообщества в целом, а во многих странах эта отрасль является базовой для экономики.

Для Беларуси в настоящее время численность выездного туристского потока (268 043 человека в 2007 г.) намного превышает въездной туристский поток (105 410 человек в 2007 г.). Наиболее популярными являются экскурсионные туры в страны ближнего зарубежья, такие как Польша, Чехия, Литва, и туры с целью отдыха на побережьях Крыма, Турции и Египта (см. рисунок).



Географическая структура выездного туристского потока (2007 г.)

Составлено автором по данным Статистического ежегодника Республики Беларусь 2008 г.

Несмотря на широкий выбор стран и видов отдыха, белорусские туристы отдают предпочтение направлениям Крым, Турция, Египет, Польша, Чехия. Крым входит в тройку популярных направлений в летнем сезоне, однако объективно это направление сложно оценивать в силу следующих причин:

- большое количество туристов едет в Крым самостоятельно, не пользуясь услугами турфирмы;

- не ведется точный учет граждан выехавших в Украину в Крым;

- по качеству услуг и соотношению «цена-качество» Крым нельзя сравнить с Египтом, Турцией, Болгарией.

Анализ приоритетных направлений выезда был осуществлен на примере Турции и Египта. Данные страны лидировали по посещаемости белорусскими туристами в 2007 г., и большое количество турфирм работает по этим направлениям. Для анализа содержания туристских предложений было взято 85 фирм, имеющих свои Интернет сайты. Проведенный анализ свидетельствует о том, что 62 (73 %) компании работает по направлению Турция, 62 (73 %) — Египет, 53 (62 %) — Польша, 55 (65 %) — Чехия. Из представленных фирм 30 (35 %) работают по всем четырем направлениям. В летних предложениях отдыха наиболее широко представлены курорты Турции: Алания — 56 %; Анталия — 71 %; Кемер — 70 %; Белек — 61 %; Мармарис — 56 %; Сиде — 54 %; Кушадасы — 52 %; Бодрум — 34 %; Стамбул — 6 %; Дидим — 5 %; Паландокен — 3 %; Фетхие — 2 %.

Приведенные данные свидетельствуют о высокой дифференциации туристских предложений направления Турция на рынке выездного туризма Беларуси. Турция прочно лидирует благодаря наличию эффективной рекламы, высоким уровнем сервиса, гибкой ценовой политике и сложившимися долгосрочными отношениями с поставщиками.

В отличие от Турции предложение отдыха на курортах Египта не так широко дифференцировано: Александрия — 5 %; Асуан — 2 %; Дахаб — 13 %; Каир — 8 %; Макади Бэй — 13 %; Марса Аллам — 13 %; Нувейба — 7 %; Сафага — 16 %; Сомы Бэй — 18 %; Таба — 6 %; Хургада — 82 %; Шарм Эль Шейх — 79 %; Эль Гунна — 26 %.

Наиболее популярными являются два курорта: Хургада и Шарм Эль Шейх. Остальные направления мало представлены и пока не получили широкой известности на белорусском рынке выездного туризма.

Проанализировав спрос белорусских туристов и предложения туристических компаний в летнем сезоне 2007 г., можно сделать вывод, что как спрос, так и предложение являются диверсифицированными. В настоящее время наиболее популярными остаются экскурсионные туры в страны ближнего зарубежья, такие как Польша, Чехия, Литва и туры с целью отдыха на побережьях Крыма, Турции и Египета.

МЕТОДЫ ПРОГНОЗИРОВАНИЯ ВЪЕЗДНЫХ ТУРИСТИЧЕСКИХ ПОТОКОВ В РЕСПУБЛИКУ БЕЛАРУСЬ

Мозговая О. С., Белорусский государственный университет

Спрос на туристические поездки и услуги является ключевым фактором туристического рынка. Состояние туристического бизнеса, расходы на рекламу, планирование инвестиций, возможности расширения бизнеса и т. д. в значительной мере зависят от прогнозирования туристического спроса. Информация, касающаяся туристического спроса, и научно обоснованные прогнозы могут стать надежной базой для принятия долгосрочной программы развития туризма в стране, обеспечивающей максимальной социально-экономический эффект при минимальных потерях.

В прогнозировании туристического спроса используются количественные и качественные подходы. Количественный подход основан на статистической информации за предшествующий период. Качественный подход основан на суждениях и мнениях людей. Хорошие результаты получаются при комбинации количественного и качественного подходов. Количественные подходы к прогнозированию туристического спроса предполагают использование экономико-математических моделей, например многофакторный регрессионный анализ и модель, изучающая динамику в зависимости от факторов ограничения и склонности. Многофакторный регрессионный анализ — самая популярная модель прогнозирования туристического спроса. В общем виде функции туристического спроса представляет собой многофакторные зависимости, в которых уровень спроса зависит от таких факторов, как уровень личного дохода, стоимость путешествия, сравнительные уровни цен, курс обмена валют. Данная модель применяется для прогнозирования изменения туристического спроса в связи с изменениями одного или нескольких факторов. Модель, изучающая динамику в зависимости от факторов ограничения и склонности, дает возможность анализировать ситуацию в зависимости от того, как складываются условия, способствующие путешествию (рост доходов населения), против условий, ограничивающих путешествие (большие расстояния и высокая стоимость).

Попытки построения динамических моделей прогнозирования туристического спроса предпринимались *B. H. Archer* (1976), *P. Johnson* и *J. Ashworth* (1990), *P. J. Sheldon* (1991). Главный недостаток этих моделей заключается в том, что для их построения использовались лишь количественные показатели. В 1995 г. *T. C. Syriopoulos* и *M. T. Sinclair* использова-