

ОПРЕДЕЛЕНИЕ НАПРАВЛЕНИЙ И ПЕРСПЕКТИВНЫХ ТЕНДЕНЦИЙ РАЗВИТИЯ РЫНКА ТУРИСТИЧЕСКИХ УСЛУГ РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ

М. В. Гончар

Учреждение образования «Гомельский государственный технический университет имени П. О. Сухого», Беларусь

Научный руководитель И. А. Фукова

В последние десятилетия международный туризм сделал гигантский рывок, превратившись в одну из самых крупных и высокодоходных отраслей мирового хозяйства. При всем впечатляющем росте индустрии гостеприимства именно качественные сдвиги в туристском спросе и предложении определяли развитие международного туризма в последние десятилетия.

С начала 2000 г., т. е. с момента стабилизации, связанной с изменениями 90-х гг., и по сегодняшний день в спросе на рынке туристических услуг Республики Беларусь появились новые тенденции. Стоит отметить, что большинство из них имеют общемировой масштаб и в Беларуси получают разную степень внедрения и принятия. Это обусловлено рядом факторов экономического и социального порядка, а также изменениями в психологии современного человека. Такими тенденциями являются:

1. Увеличение числа недорогих отелей и альтернативного жилья. Эта общемировая тенденция только набирает обороты в Беларуси. Число отелей 5 звезд практических не меняется на протяжении многих лет, а вот число отелей, имеющих 4, 3, 2 и даже одну звезду, начинают понемногу вытеснять более дорогие отели. В Беларуси наибольшее число отелей имеет статус 3*. Также набирают обороты хостелы и отели типа «постель и завтрак». На 2015 г. диаграмма распределения числа отелей по звездам в Беларуси представлена на рис. 1.

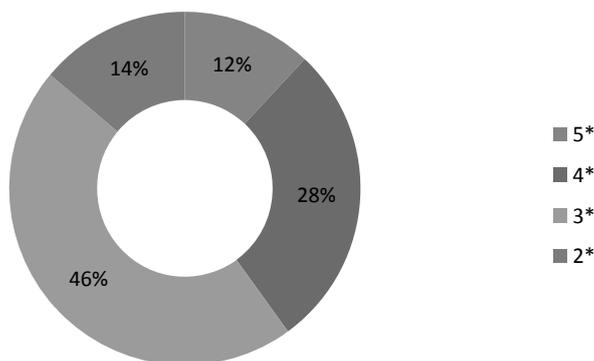


Рис. 1. Процентное отношение отелей Беларуси по звездам [1]

2. Увеличение доли мелких турагентств. Эту тенденцию можно объяснить отсутствием необходимости получения лицензии и вкладом достаточно небольших денежных средств в стартовый капитал по сравнению с другими видами бизнеса. Об этом свидетельствует тот факт, что с каждым годом, по данным сборника «World travel and tourism council», капиталовложения в туризм увеличиваются. Например, при отрицательном проценте капиталовложений в 2013 г., который составил -13,3 %, в 2015 г. этот показатель равен 1,5 %, а к 2025 г. прогнозируется рост капиталовложений до 2,6 % [1].

3. Увеличение доли самостоятельных путешествий, которые связаны с отказом от услуг туристических фирм и самостоятельным поиском и бронированием билетов, отелей и прочего. Данная тенденция является общемировой и наиболее очевидна в странах Европы и США, в Республике Беларусь находится на начальной стадии; подтверждение – цифры.

4. Уменьшение количества дней в поездках с одновременным увеличением частоты поездок. Такая тенденция связана с увеличением числа путешествующей самостоятельно молодежи и людей среднего возраста, которые предпочитают дробить свой отпуск, для поездок в туры выходного дня или недельные туры. Турфирмы Беларуси на сегодняшний день адаптировались к таким запросам потребителей и можно наблюдать большое количество предложений отдыха на непродолжительный срок.

5. Рекреационный туризм доминирует над деловым. Если в 70-х гг. XX в. на рынке международного туризма преобладал деловой сегмент, то в настоящее время соотношение конкретно в Беларуси изменилось в сторону рекреационного туризма: 59,2 % туристов путешествуют с целью отдыха и только 40,8 % – с деловыми целями [1]. Диаграмма, которую демонстрирует Всемирная туристская организация, отражает вклад денежных средств в ВВП в зависимости от вида туризма (рис. 2).

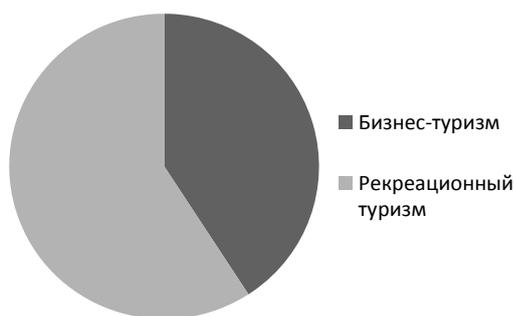


Рис. 2. Вклад туристской индустрии в ВВП, % [1]

6. Спрос формирует предложение. Данную ситуацию стоит рассматривать в историческом контексте, когда из-за ограниченности в географии путешествий и сложности с выездами в большинство доступных сейчас регионов, спрос формировался в соответствии с тем, что мог предложить рынок. Сегодня можно наблюдать противоположную тенденцию: рынок является насыщенным, имеется конкуренция между туристическими фирмами, потребители туристических услуг становятся более требовательными и способны диктовать рынку условия, которые считает для себя приемлемыми. В Беларуси, ввиду большого числа турагентств, они вынуждены подстраиваться под запросы клиентов, чтобы выдержать конкуренцию.

7. Расширение туристского спроса пожилых людей. Изучение потребностей разных возрастных групп населения свидетельствует, что в отличие от занятой части населения, для которой туризм – это отдых, позволяющий отойти от повседневных забот и восстановить свою работоспособность, для пенсионеров, располагающих значительным свободным временем, турпоездка – форма активного образа жизни. Данное обстоятельство, в частности, объясняет наличие туристского рынка лиц старшего возраста – «туризм третьего возраста». Такая тенденция наиболее применима к странам Европы, однако не стоит недооценивать ее по отношению к белорусскому рынку туристических услуг, так как, ввиду широкого спектра учреждений оздоровительного

типа в Беларуси, они наиболее популярны среди людей старшего возраста, что не исключает возможности желая оздоровиться в учреждениях других стран.

8. Переход от работы на сайтах в социальные сети. Данная тенденция является наиболее объяснимой с той точки зрения, что потребителя туристических услуг наиболее вероятно привлечь там, где он чувствует себя наиболее комфортно и проводит много времени, т. е. в социальных сетях, нежели чем заставить совершать действия, связанные с переходом на сайт. Об этом можно судить по количеству подписчиков на различные туристические агентства в социальных сетях.

9. Слияние объектов индустрии туризма в крупные корпорации, для получения конкурентного преимущества. Наиболее ярким примером служит слияние отелей в крупные гостиничные цепи. Такие крупные цепи также представлены в Беларуси: отель Crowne Plaza, который представляет международного гостиничного оператора – сеть InterContinental. Всего к 2016 г. в Минске запланировано открытие пяти гостиниц сетевых брендов: Marriott International, Novotel Minsk, Hilton, Hampton by Hilton, Novotel Minsk, Kempinski [2].

Анализируя современные тенденции развития туризма, можно увидеть, что каждая новая тенденция может получить как широкое распространение по всему миру, так и в отдельном регионе, что необходимо учитывать в каждой конкретной ситуации. Развитие той или иной тенденции увязано с множеством факторов как внутренней, так и внешней среды государства. Основными из них можно выделить: уровень развития экономики, отношение общества и государства к инновациям в сфере туризма, связь и сотрудничество данного государства с государствами, которые являются новаторами и вводят новые идеи и направления развития туризма в своей стране и предлагают эти идеи для развития других стран. Каждое новое веяние в сфере туризма должно быть учтено как рынком в целом, так и отдельными его субъектами для нормального функционирования и создания конкурентного преимущества.

Л и т е р а т у р а

1. Сборник Всемирной туристской организации «Путешествия и туризм. Беларусь. Экономические тенденции 2015», 2014.
2. Беларусь сегодня. – Режим доступа: <http://belarustoday.by/news/view/130934>. – Дата доступа: 12.03.2016.