

# АНАЛИЗ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ ТУРИСТСКОГО ПРОДУКТА РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ И ПРИГРАНИЧНЫХ СТРАН

В. С. Смолей

*Белорусский государственный университет, г. Минск;  
smoley6949@gmail.com;  
науч. рук. – О. С. Мозговая, доц.*

В статье рассматриваются актуальные вопросы определения конкурентоспособности национального туристского продукта. В ходе исследования выделены основные элементы индекса конкурентоспособности, изучены наиболее распространенные методы расчета конкурентоспособности. На основании разработанной модели проведена оценка конкурентоспособности национального туристского продукта Республики Беларусь и приграничных стран (Латвия, Литва, Польша, Россия, Украина). Особое внимание уделено анализу позиций Республики Беларусь среди приграничных стран по различным компонентам, составляющим индекс конкурентоспособности национального туристского продукта. С целью выявления закономерностей в рамках исследования проводится сопоставление рассчитанного индекса конкурентоспособности с ключевыми показателями развития туризма.

**Ключевые слова:** конкурентоспособность туристского продукта; национальный туристский продукт; индекс конкурентоспособности; оценка конкурентоспособности; конкурентные преимущества; показатели развития туризма.

С учетом возрастающей конкуренции на мировом рынке туристских услуг актуальным становится вопрос расчета конкурентоспособности национального туристского продукта. Схожесть природного и культурно-исторического потенциала Беларуси и приграничных стран (Латвии, Литвы, Польши, России и Украины) обуславливает необходимость определения конкурентоспособности туристских продуктов этих стран, а также детальный анализ компонентов, составляющих индекс конкурентоспособности, с целью выявления конкурентных преимуществ.

Повышение привлекательности туристского продукта Беларуси на внутреннем и внешнем рынках неразрывно связано с непрерывным анализом позиции страны на международной арене, а также с регулярным укреплением преимуществ и устранением недостатков продукта. В этой связи актуальной является задача по проведению комплексной оценки конкурентоспособности национального туристского продукта, с помощью которой можно не только определить позицию Республики Беларусь относительно приграничных стран, но и выделить те компоненты конкурентоспособности, развитие которых должно стать приоритетным для страны.

В рамках данного исследования конкурентоспособность национального туристского продукта рассматривалась как совокупность свойств, характеризующих способность национального туристского продукта в рыночных условиях удовлетворять потребности как потребителей, так и производителей, а также обеспечивать стране более устойчивую позицию на международном туристском рынке.

С учетом того, что многосторонняя оценка конкурентоспособности не может быть проведена с использованием только количественных или качественных показателей, до сих пор не было сформировано универсальной модели оценки комплексного показателя конкурентоспособности. Часть моделей, основанная на использовании только количественных показателей, не может считаться совершенной в связи с тем, что качество предоставления услуг (в т.ч. туристских) не всегда измеряется только в количественных показателях. В других моделях в качестве основы используется метод экспертных оценок, а следовательно, в расчет принимаются только качественные характеристики, что значительно увеличивает субъективность получаемых результатов [2].

Одной из наиболее совершенных моделей оценки конкурентоспособности национального туристского продукта пользуется Всемирный экономический форум при составлении Отчета о конкурентоспособности туризма и путешествий, в котором публикуются индексы конкурентоспособности по 136 странам мира. При расчете индекса конкурентоспособности учитывается около 100 количественных и качественных показателей, распределенных на 4 группы (рис.).

Все показатели, используемые для расчета индекса конкурентоспособности туризма, являются количественными (количество номеров в отелях на 100 жителей, протяженность сети автомобильных дорог) или качественными (угроза терроризма, эффективность маркетинговой политики и бренда страны). Такое сочетание объективных и субъективных показателей позволяет проводить многостороннюю оценку конкурентоспособности национального туристского продукта.

В Отчете, который публикуется раз в два года, рассчитываются индексы конкурентоспособности для 136 стран, Беларусь в рейтинге не представлена. В 2018 г. на основе модели Всемирного экономического форума [3] был рассчитан индекс конкурентоспособности туристского продукта Республики Беларусь и приграничных стран (табл.).



Рис. Структура индекса конкурентоспособности туризма: собственная разработка на основе источника [3]

Таблица

**Индекс конкурентоспособности туристского продукта и его выборочные составляющие для Республики Беларусь и приграничных стран, 2018 г.**

Показатель, ед.*	Беларусь	Латвия	Литва	Польша	Россия	Украина
Индекс конкурентоспособности, ед.*	4,15	4,32	4,34	4,24	4,28	3,83
Отсутствие угрозы международного терроризма	6,00	5,90	5,60	5,50	4,60	3,20
Количество врачей на 1000 жителей	4,35	3,81	4,19	2,71	4,35	3,73
Состояние окружающей среды	4,76	4,87	5,19	4,67	4,64	3,54
Ставка налогов и сборов	4,24	5,44	5,01	5,16	4,71	4,43
Эффективность маркетинговой политики и бренда страны	3,10	3,80	3,40	3,50	4,00	3,60
Качество инфраструктуры воздушного транспорта	3,30	5,10	4,40	4,30	4,40	3,70

\* 1 – наименьший уровень конкурентоспособности  
7 – наибольший уровень конкурентоспособности

В результате исследования было выявлено, что по ряду показателей Республика Беларусь занимает более высокие места относительно приграничных стран. В то же время по некоторым из рассмотренных показателей (эффективность бренда страны, туристская инфраструктура) страна имеет более низкий рейтинг, который влияет на снижение общего индекса конкурентоспособности туристского продукта.

С целью определения практической значимости рассчитанного индекса конкурентоспособности было проведено его сопоставление с ключевыми показателями развития международного туризма. В связи с тем, что индекс конкурентоспособности определяет привлекательность страны на международной арене, были проанализированы такие показатели, как количество международных туристских прибытий, доходы от международного туризма, доля туризма в ВВП. Так как рассматриваемые страны значительно отличаются по площади, объему ВВП и другим характеристикам, определенных закономерностей выявлено не было.

Поэтому в рамках исследования был также проанализирован ряд относительных показателей, например, средний доход страны от одного международного туристского прибытия. При сопоставлении данного показателя с рассчитанным индексом конкурентоспособности национального туристского продукта была отмечена положительная взаимосвязь с коэффициентом корреляции равным 0,82 (значение близкое к 1 свидетельствует о наличии положительной корреляции).

Таким образом, результаты проведенного исследования свидетельствуют о том, что индекс конкурентоспособности туристского продукта Беларуси находится на более низком уровне в сравнении с большинством стран-соседей. Выявлено, что повышение конкурентоспособности национального туристского продукта, необходимое для усиления роли туризма в стране, должно быть в первую очередь связано с развитием инфраструктуры и реализацией эффективной маркетинговой политики. Рассчитанный в рамках исследования индекс может использоваться в дальнейшем не только для формирования основных направлений повышения конкурентоспособности национального туристского продукта, но и для выявления различных закономерностей развития туризма.

#### **Библиографические ссылки**

1. Ласси М.Ю. Анализ подходов к оценке конкурентоспособности регионального туризма в России // *Baikal Research Journal*. 2017. №2.
2. Мозговая О.С., Смолей В.С. К вопросу оценки конкурентоспособности туристского продукта Республики Беларусь // Беларусь в современном мире:

материалы XVII Междунар. науч. конф., посвящ. 97-летию образования Белорус. гос. ун-та, Минск, 26 окт. 2018 г. – Минск: БГУ, 2018. – С. 255-257.

3. The Travel & Tourism Competitiveness Report 2017 // URL: <https://www.weforum.org/reports> (дата доступа: 10.12.2018).