

Перечень заимствований графического материала из технических учебников для изложения гуманитарных, правовых и юридических дисциплин можно продолжить. Но целью статьи является доказательство того, что такое заимствование возможно и плодотворно.

Список использованных источников

1. Наганова, Т. Е. Альбом изобретателя. Вариант на русском языке/ Т. Е. Наганова. – Минск : БГУИР, 2018.
2. Титов, В. В. Системный подход : учебное пособие / В. В. Титов. – М. : ВНИПИ, 1990.
3. Наганова, Т. Е. Основы правового регулирования маркетинговой деятельности / Т. Е. Наганова. – Минск : БГУИР, 2021.
4. Техничко-экономическое обоснование дипломных проектов: / Л. А. Астреина [и др.]; под ред. В. К. Беклешова. – М. : Высш. школа, 1991.
5. Наганов, А. В. Промышленная собственность – интеллектуальный капитал хозяйственной деятельности / А. В. Наганов. – Минск : Академия управления при Президенте Республики Беларусь, 1997.
6. Половинкин, А. И. Основы инженерного творчества / А. И. Половинкин. – М. : Машиностроение, 1988.

Н. Г. Надеина

**Брестский государственный технический университет
ТЕНДЕНЦИИ РАЗВИТИЯ ТУРИСТИЧЕСКОГО РЫНКА**

N. G. Nadeina

**Brest State Technical University
TOURISM MARKET DEVELOPMENT TRENDS**

Аннотация. В статье рассмотрены актуальные проблемы и тенденции развития туристического рынка. Определены современные туристические тренды, возможности, перспективы и основные проблемы. Сделаны выводы о необходимости комплексных маркетинговых исследований в сфере туризма во взаимосвязи с другими видами услуг, от которых в значительной степени зависит развитие многих сфер экономики.

Annotation. The article deals with current problems and trends in the development of the tourism market. Modern tourism trends, opportunities, prospects and main problems are identified. Conclusions are drawn about the need for comprehensive marketing research in the field of tourism in conjunction with other types of services, on which the development of many sectors of the economy largely depends.

Ключевые слова: ТУРИСТИЧЕСКИЙ РЫНОК, КРИЗИС, ТЕНДЕНЦИИ РАЗВИТИЯ, ТУРИЗМ В БЕЛАРУСИ.

Keywords: TOURISM MARKET, CRISIS, DEVELOPMENT TRENDS, TOURISM IN BELARUS.

Республика Беларусь обладает достаточным потенциалом для обеспечения качественного уровня жизни и благосостояния населения. Одним из приоритетных направлений для страны является увеличение объемов экспорта туристических услуг, а так же привлечение белорусских туристов для путешествий по своей стране, что определено целями государственной политики. Следует учитывать, что это связано и с тем, что в процессе оказания туристических услуг задействованы многие смежные отрасли: транспорт, гостиницы, общественное питание, страховые компании, лечебные и культурные учреждения, спортивная инфраструктура и т. п.

Туристическая сфера в настоящее время является одной из достаточно крупных отраслей в мире, а также перспективным быстрорастущим сектором экономики при наличии определенных условий. В Азии и Африке появляется множество новых туристических направлений, дополняющих уже традиционные в Европе и Северной Америке. Несмотря на политические, экономические и социальные проблемы, туризм по-прежнему достаточно активно развивается. Путешествия и туризм являются крупнейшей отраслью при анализе экономических пока-

зателей, таких как общий объем производства, капиталовложения, трудовые и налоговые отчисления. Кроме того, туристическая отрасль активно использует трудовые ресурсы, создавая большое количество привлекательных рабочих мест. Развитие туризма – одна из приоритетных задач экономик мира. Именно туризм является крупнейшей и наиболее динамичной индустрией современного общества, вклад которой в мировой ВВП составляет более 10 % и которая создает не менее 260 млн рабочих мест. Однако туристический сектор, играя жизненно важную роль в экономике стран мира, очень зависим от внешней среды. В частности, пандемия коронавируса оказала действительно негативное влияние на развитие этого экономического сектора. В мировом ВВП доля туризма снизилась почти в два раза, с 10,4 % до 5,5 %, что следует из отчета Всемирного совета по туризму и путешествиям (WTTC), подготовленного совместно с Oxford Economics. При этом общее замедление мировой экономики составило 3,7 %. Тем не менее, в XXI веке, согласно оценке специалистов ЮНВТО, туризм стал самым стабильным и развивающимся сектором экономики. Высокие темпы развития, большие объемы денежных поступлений активно влияют на мировую экономику, что способствует формированию туристической индустрии.

Многие экономики мира оказались не готовы к пандемии коронавируса: меры по борьбе с пандемией, предпринятые государствами весной 2020 года, привели к замораживанию работы целых отраслей, закрытию национальных границ и повсеместному введению ограничений на поездки. И особенно негативные последствия получили страны с большим сектором услуг и большой долей малого и среднего бизнеса, то есть крупнейшие мировые центры туризма, например Испания или Италия, где доходы от туристической сферы составляют значительную часть ВВП [3].

Впервые в истории туристическая отрасль оказалась в условиях кризиса, который охватил весь мир. Туристическому рынку приходится работать в ситуации сложных политических процессов, в том числе связанных с экономическими санкциями, которые повлияли на экономику всех стран. Сокращаются объемы авиаперелетов, постоянно растут цены на энергоносители, периодически появляются новые вспышки заболеваний, резко возрастают социальные проблемы и т. п. Европейские аналитики согласны, что худшее еще впереди. Туристический сектор максимально пострадал в Эстонии, Болгарии, Литве, Польше, Хорватии, Венгрии. В других странах ЕС немного меньше, примерно на 10–30 %.

Постепенно туристический рынок проявляет положительные тенденции и формирует новые тренды. Одним из наиболее популярных видов туризма становится лечебно-рекреационный туризм. Основным потенциалом развития такого вида туризма являются природные ресурсы, экологическая благоприятность и инфраструктурная обеспеченность территории. Существует несколько его разновидностей: медицинский, санаторно-курортный и оздоровительный. В настоящее время эксперты отмечают увеличение на 57 % спроса на санатории и омоложение аудитории потребителей этого вида отдыха на 21 %. Ключевым преимуществом и отличием санаторного рынка является гораздо меньшая подверженность рынка сезонности. Сезонность выражена больше в ценовом диапазоне, но если в курортном сегменте такой разброс цен может превышать 50 %, то в санаториях это не больше 20 %. Активно развивается и рынок медицинских услуг, расширяется его инфраструктура. Данный вид туризма способствует развитию здравоохранения, появлению современных технологий и методов обследования и лечения, а также повышению квалификации медицинского персонала и улучшению обслуживания пациентов [3].

Большим спросом стали пользоваться аутентичные туры. Туристы все чаще интересуются местной культурой, кухней, необычными и даже мистическими местами.

Растет интерес к гастрономическому туризму. Согласно Всемирной ассоциации продовольственных путешествий (World Food Travel Association) гастрономический (кулинарный) туризм представляет собой получение уникальных и запоминающихся впечатлений от еды и напитков. Его основной целью является знакомство с кухней определенного региона. Гастрономический туризм тесно связан с сельским туризмом, в котором тоже присутствует кулинарный компонент. Сельский туризм – один из самых привлекательных вариантов отдыха, который включает посещение туристами сельской местности, отдых и оздоровление в экологически чистых районах. Предпосылками его развития стали растущий уровень урбанизации

и потребность городских жителей в смене обстановки и образа жизни на период отпуска, возможность приобщиться к природе. На смену широко известным туристическим территориям приходит посещение небольших городов и поселков. Спрос на продукцию местных ремесел в 2021 год возрос на 67 %, что является значительной поддержкой экономики регионов.

Становятся популярными и нетипичные виды размещения: с необычным интерьером или в необычном месте, которые направлены на индивидуальных туристов. При этом большое внимание уделяется качеству размещения и уровню комфорта, так как очень часто именно удобства играют решающую роль в выборе поездки и оказывают наибольшее влияние на впечатления от отдыха.

Значительный интерес потребителей вызывает фестиваль туризм, который является визитной карточкой территорий и привлекает большие туристические потоки.

За последние два года стали появляться новые тренды, меняется привычное понимание путешествий. Во многом изменения происходят за счет разницы в системе ценностей между поколениями. Сейчас активными путешественниками становятся люди поколения Y и даже Z. Согласно статистическим данным 10 % путешествующих – лица от 18 до 24 лет, 44 % – от 25 до 34 лет, 24 % – от 35 до 44 лет, 14 % – от 45 до 54 лет и лишь 8 % старше 55 лет. Согласно статистическим данным по Республике Беларусь, наиболее многочисленными являются аналогичные потребительские возрастные группы (рисунок 1).

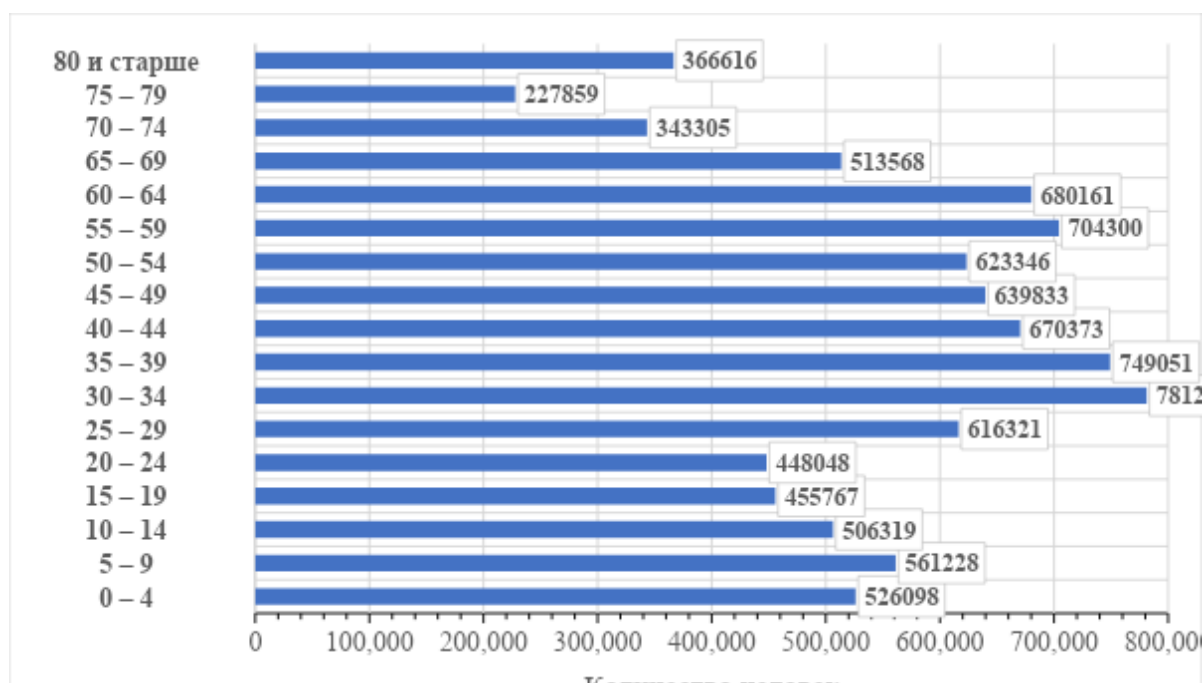


Рисунок 1 – Численность населения Беларуси по возрастным группам [1]

Для вышеназванных туристических трендов Беларусь можно рассматривать как перспективный туристический рынок не только для своих граждан, но и для иностранцев. Беларусь находится в центре Европы. По занимаемой площади (207,6 тыс. кв. км) она превосходит Нидерланды, Бельгию, Чехию, Словакию, Венгрию, Австрию, Литву, Латвию и Эстонию.

Республика Беларусь обладает значительным и не в полном объеме реализованным потенциалом. Туризм в Беларуси – это: национальные парки и заповедники; замки, крепости, башни; дворцы и усадьбы; охота и рыбалка; экскурсии; лечение и оздоровление; уникальная нетронутая природа; самобытное культурное наследие; неповторимая национальная кухня; богатая культурная жизнь и широкие возможности для активного туризма.

Развитие туризма в Республике Беларусь характеризуется как позитивными, так и негативными процессами. Выявлено снижение показателей деятельности туристического сектора из-за пандемии. Изменилась структура туристических потоков, увеличилась численность внутренних туристов, что обусловило трансформационные изменения. За предыдущие годы выездные туристические потоки страны превышали въездные. В свою очередь следует отме-

тить востребованность услуг агроэкотуризма, выявлена положительная динамика как по числу объектов, объему выручки от размещения, так и по численности посетителей. Численность занятых в туризме Республики Беларусь в 2020 г. составляла 5,8 % от общей численности занятых в экономике, на 0,3 процентных пункта возрос вклад туризма в ВВП страны. В 2020 и 2021 годах въездные и выездные туристические потоки в стране значительно уменьшились (таблица 1).

Таблица 1 – Динамика въездных и выездных потоков туристов [1]

Количество туристов по годам	2017	2018	2019	2020	2021
Поездки иностранных граждан в Беларусь, тыс. поездок	11 060,1	11 501,6	11 832,1	3 598,5	3 361,0
Поездки граждан Беларуси за границу, тыс. поездок	9 208,6	9 325,9	9 221,2	2 810,4	2 615,6

За последние годы в Беларуси, так же как и в других странах, устойчиво растет интерес к внутреннему туризму: этому поспособствовала пандемия, а также геополитические проблемы и закрытые границы.

По официальным статистическим данным, в 2021 г. услугами белорусских туркомпаний воспользовались 1,7 млн человек. Это практически в два раза больше, чем в 2020 г. (911,1 тыс.), но намного меньше результатов 2018 г. (более 2,2 млн человек). Свыше 1 млн белорусов приобрели однодневные турпоездки по стране. Для сравнения: в 2020 г. туры по Беларуси купили лишь около 570 тыс. граждан [2].

Туристический сезон 2022 года стартовал с акции под девизом: «Вандруй. Адчуй. Натхняйся», что так же свидетельствует о привлечении внимания туристов к своей стране.

Позитивным моментом для привлечения въездных туристов является безвизовый режим для граждан некоторых стран, что повышает численность туристических потоков и выручку субъектов хозяйствования.

Туристический рынок имеет значительные отличия от рынка других услуг, так как он объединяет в себе несколько видов следующих услуг:

1. Основные услуги в местах отдыха по программе тура.
2. Дополнительные услуги (целевые и инфраструктурные, приобретаемые за дополнительную плату).
3. Сопутствующие – это услуги местного инфраструктурного комплекса, которыми в том числе пользуется и местное население.

Именно широкий перечень всех видов услуг для туристов является дополнительными возможностями развития практически всех отраслей экономики страны.

При наличии всех существующих и перспективных возможностей туристического рынка Беларуси имеются и проблемы, которые необходимо минимизировать и по возможности исключить как негативные моменты в организации туристической деятельности.

Опросы туристов и специалистов, занятых в туристической деятельности выявили основные проблемы, которые существуют в Беларуси, особенно в малых населенных пунктах. Эти проблемы связаны прежде всего с организацией общественного питания. За последние годы в нашей стране наблюдается значительный рост объектов в сфере общественного питания различных масштабов, однако эти процессы отличаются повышенной активностью как правило в крупных городах. Увеличился удельный вес малых предприятий в общей структуре предложения с 43 % до 55 %, вырос товарооборот общественного питания на 16,7 % за 2021 год в сопоставимых ценах. Однако спрос удовлетворен не в полном объеме, особенно в малых городах и поселках, поэтому туристическим организациям необходимо детально исследовать территории размещения туристических объектов и рынок всех видов услуг, связанных с туристическим бизнесом. В 2021 году, по сравнению с 2020 годом произошло сокращение количества действующих гостиниц на 4 % и санаторно-курортных организаций на 2 %. Количество субъектов хозяйствования в сфере агроэкотуризма возросло на 7 %, однако произошли изменения в законодательстве, которые требуют провести аудит деятельности на соответствие данных объектов правовым нормам. Поэтому возможно, что в 2023 году произойдут структурные изменения и в сфере агротуризма.

Эффективность функционирования туристического рынка тесно связана с качеством маркетинговой деятельности на всех уровнях управления заинтересованных сторон: от государственных структур до персонала всех туристических компаний. Туристический рынок требует комплексного маркетингового исследования, которое включает: изучение и прогнозирование конъюнктуры туристического рынка; анализ спроса и предложения; информационное обеспечение потребителей актуальной информацией; изучение особенностей всех видов услуг, связанных с туризмом; нормативно-правовые документы и др. Особое внимание следует уделять изучению туристского продукта по следующим аспектам:

- новизна и конкурентоспособность;
- соблюдение законодательных норм и правил;
- дифференциация туров в соответствии с потребностями различных групп клиентов;
- соответствие стандартам качества турпродукта (безопасность жизни и здоровья туристов, сохранение их имущества, охрана окружающей среды и т. п.);
- удовлетворение существующих и перспективных требований покупателей;
- влияние сезонности туристского потребления на спрос.

По результатам приведенных исследований можно сделать вывод о важности комплексного подхода в развитии туристического рынка Беларуси при использовании всех имеющихся возможностей и ориентацией на актуальные тренды его развития с учетом внешней среды.

Список использованных источников

1. Официальный сайт // Информационный портал «Национальный статистический комитет Республики Беларусь» [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://belstat.gov.by>. – Дата доступа 03.11.2022.
2. Официальный сайт // Министерство спорта и туризма Республики Беларусь [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://mst.gov.by>. – Дата доступа 06.11.2022.
3. World Travel & Tourism Council (WTTC) // [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://wtcc.org>. – Дата доступа 28.10.2022.

А. М. Омелянюк, Т. А. Лысенко, А. В. Мотузко, Д. Д. Дашкевич
Брестский государственный технический университет
СОЗДАНИЕ ЭЛЕМЕНТОВ ЦИФРОВЫХ ДВОЙНИКОВ ЦЕПЕЙ ПОСТАВОК
С ИСПОЛЬЗОВАНИЕМ ИНФОРМАЦИОННОГО КОМПЛЕКСА ANYLOGISTIX.

A. M. Amelyaniuk, T. A. Lysenko, A. V. Motuzko, D. D. Dashkevich
Brest State Technical University
CREATING SUPPLY CHAIN DIGITAL TWINS ELEMENTS USING THE ANYLOGISTIX
INFORMATION TECHNOLOGY

Аннотация. В статье рассматривается практическое применение информационного комплекса AnyLogistix для создания элемента цифрового двойника – начальной структуры цепи поставок методом гравитационного анализа.

Annotation. The article discusses the practical application of the anyLogistix information complex to create a digital twin element – the initial structure of the supply chain by gravity analysis.

Ключевые слова: ЦЕПЬ ПОСТАВОК, ЦИФРОВОЙ ДВОЙНИК, ГРАВИТАЦИОННЫЙ АНАЛИЗ, ANYLOGISTIX.

Keywords: SUPPLY CHAIN, DIGITAL TWIN, GRAVITY ANALYSIS, ANYLOGISTIX.

В современном мире единственный способ завоевания и удержания лидерства на рынке – внедрение инноваций. Компании, пренебрегающие этим, в конечном итоге не смогут сохранить даже конкурентоспособность.

Сегодня ведущие аналитики цепей поставок по всему миру стремятся понять передовые тенденции и внедрять инновационные технологии для поддержки будущих бизнес-целей. В то же время, чтобы построить эффективную цепь поставок, менеджеры должны находить баланс между «операционным совершенством и прорывными инновациями».

Каждая цепочка поставок уникальна. Использование технологий, которые способны точно описывать конкретную логистическую сеть на нужном уровне детальности, – необходимая практика для компаний, которые хотят быть инновационными.