

5) повышение роли развивающихся стран на рынке международного туризма (Китай, Турция, Малайзия, Мексика и др.);

6) формирование источников международного туристического спроса в виде зарождающегося среднего класса развивающихся стран (население стран БРИК составляет 42 % всего мира). Таким образом, появляются новые источники международного туризма и перспективные рыночные ниши. Так, за 2014 г. высокие показатели продемонстрировал Китай: общее количество поездок за границу, совершенных гражданами этого государства, увеличилось на 11 млн, до 109 млн, расходы туристов выросли более чем на 17 %.

Таким образом, первоочередная задача государства в развитии международного туризма заключается в поддержке его конкурентоспособности на мировом рынке, так как целью развития международного туризма остается сохранение и увеличение доходов от данного вида деятельности. Тем не менее конкурентоспособность национального туристического продукта напрямую зависит от предпосылок и условий, созданных для международного туризма внутри страны, но с учетом складывающихся международных тенденций.

*В.К. Кабушкина
БГЭУ (Минск)*

РАСПРОСТРАНЕНИЕ МЕЖДУНАРОДНЫХ ГОСТИНИЧНЫХ ЦЕПЕЙ В РЕСПУБЛИКЕ БЕЛАРУСЬ КАК ФАКТОР РАЗВИТИЯ ОТЕЧЕСТВЕННОЙ ТУРИНДУСТРИИ

Сегодня, когда въездной и внутренний туризм в Республике Беларусь считаются приоритетными направлениями развития экономики страны, актуальной является проблема развития отечественного рынка гостиничных услуг, уровень которого, к сожалению, существенно отстает от мирового. Актуальными проблемами гостиничной сферы, особенно в регионах, выступают отсутствие конкуренции и, как следствие, низкий уровень комфорта и качества обслуживания, высокий уровень издержек и цен, изношенность материальной базы, ограниченный спектр дополнительных услуг и др.

Безусловно, ситуация в отрасли постепенно меняется к лучшему. Так, за последние десять лет в республике значительно выросло количество гостиниц и аналогичных средств размещения туристов. На сегодняшний день, например, только в столице работают 44 полноценных отеля, общая вместимость которых составляет около 9,3 тыс. мест. К 2017 г. планируется открыть еще 17 новых гостиничных предприятий, в том числе хостелов и мини-отелей.

К сожалению, в условиях дефицита опытных и прогрессивных менеджеров в области гостиничного бизнеса интенсивное строительство и введение в эксплуатацию новых гостиниц, игнорирование качества ус-

луг и дальнейшее использование прежней, неэффективной системы управления могут привести лишь к перераспределению потока гостей от старых отелей к новым, но не обеспечат существенного повышения уровня гостиничного обслуживания. По нашему мнению, более качественное развитие гостиничной отрасли может обеспечить лишь внедрение целого комплекса нововведений, затрагивающих все элементы внутренней среды гостиничного предприятия: менеджмент, управление персоналом, производство, финансы, маркетинг. Наиболее оптимальной стратегией развития отечественной гостиничной индустрии в современных условиях будет стратегия переноса, т.е. заимствования, которая заключается в освоении производства нового продукта путем покупки лицензии на новейшие научные и практические достижения с целью экономии времени и средств на создание и развитие собственного потенциала. Данная стратегия может быть успешно реализована через распространение в Республике Беларусь международных гостиничных цепей, имеющих богатый опыт менеджмента и маркетинга в данной сфере, освоение и внедрение которого обеспечит развитие отечественной индустрии в более короткие сроки и с меньшими затратами.

Гостиницы, входящие в международные гостиничные корпорации, имеют перед независимыми гостиницами ряд преимуществ: возможность закупки товаров и услуг по оптовым ценам, экономия расходов на подбор и обучение кадров, экономия на маркетинговых, в том числе рекламных, мероприятиях, использование единой системы бронирования, доступ к единой базе данных, информационная поддержка и, главное, доступ к высоким технологиям и стандартам гостиничного обслуживания. Во всех крупных гостиничных цепях разработаны системы менеджмента качества услуг, а также имеется четкая система аудита качества.

Таким образом, экспансия мировых гостиничных брендов на белорусском рынке, особенно в регионах страны, способна обеспечить радикальные перемены в деятельности гостиничных предприятий благодаря внедрению высоких стандартов обслуживания и обеспечению доступа к международным системам бронирования. Также распространение профессиональных игроков на рынке гостиничных услуг Республики Беларусь приведет к существенному росту конкуренции и станет естественным катализатором развития отечественной туристической индустрии.

*П.А. Литвинов
БГЭУ (Минск)*

РОЛЬ И ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ КУЛЬТУРНО-ПОЗНАВАТЕЛЬНОГО ТУРИЗМА В РЕСПУБЛИКЕ БЕЛАРУСЬ

В условиях глобализации современного мира вновь становятся актуальными народные традиции и обычаи как один из маркеров национальной идентичности. Нивелировка культурных стандартов усугубляет ин-

315