

Таким образом, есть весомые основания полагать, что конкуренция на рынке услуг гостиничных предприятий в г. Минске станет еще более жесткой, если учитывать открытие гостиничных предприятий под иностранными брендами. Бренд, зарекомендовавший себя на мировой арене качеством и положительными оценками, может обеспечить новому гостиничному предприятию под этим брендом конкурентное преимущество. В таких условиях для каждого гостиничного предприятия будет в приоритете повышение соотношения «цена—качество». Это очень актуальный вопрос сегодня для большинства гостиничных предприятий г. Минска, так как, согласно отзывам гостей, качество обслуживания гостиничными предприятиями оставляет желать лучшего. Однако следует учитывать, что существенное развитие рынок получил только в последние годы, следовательно, квалифицированных и опытных кадров, способных эффективно управлять гостиничным предприятием и качественно обслуживать гостей, не так много.

Подводя итог, можно сказать, что число гостиничных предприятий в г. Минске в ближайшие годы продолжит увеличиваться, и если поток гостей не будет расти соразмерно с их количеством, то средняя загрузка минских гостиниц может опуститься до 30 %. Вероятней всего, рост предложения на рынке также повлияет на снижение уровня цен на услуги отелей, а также обострит конкуренцию, что заставит гостиничные предприятия повышать свои конкурентные преимущества посредством улучшения качества обслуживания и расширения спектра дополнительных услуг. В любом случае такие тенденции дают стимул гостиничным предприятиям для динамичного развития и совершенствования своего продукта, что положительно скажется на развитии столичного рынка услуг гостиничных предприятий.

Литература

1. Национальный статистический комитет Республики Беларусь [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <http://www.belstat.gov.by>. — Дата доступа: 04.01.2015.

Е.И. Кулаковская
БГЭУ (Минск)

ПРОБЛЕМЫ И ПЕРСПЕКТИВЫ ЭКОТУРИЗМА В БЕЛАРУСИ

Благодаря уникальной природе с сохранившимися реликтовыми лесами и болотами, чистыми озерами и реками экотуризм в Беларуси получил столь широкое распространение. По определению международного общества (TIES) экотуризм — это ответственное путешествие

к естественным областям, которое сохраняет окружающую среду и поддерживает благосостояние местных жителей.

Экотуризм также включает в себя принципы, которые закреплены Квебекской декларацией по экотуризму: активное содействие сохранению природного и культурного наследия; разъяснение туристам значения природного и культурного наследия посещаемых дестинаций; направленность на организованные туристские группы небольшого размера. В мировой практике экотуризм реализуется преимущественно на особо охраняемых природных территориях, к числу которых принадлежат национальные парки, заповедники, заказники и др.

В Беларуси, несмотря на рост популярности экотуризма, ряд факторов препятствует этому процессу:

- отечественное понимание экотуризма часто не соответствует сложившимся традициям в западном представлении;
- имеющиеся услуги ориентированы больше на внутренний рынок и туристов из России, количество которых уменьшается из-за сложившейся экономической ситуации, нежели на внешнего потребителя, что значительно увеличивает риски ведения бизнеса;
- недостаточное развитие инфраструктуры.

Примерное представление об экотуризме в Беларуси может дать сравнительный анализ объектов, относящихся к сфере экотуризма: «Усадьбно-парковый комплекс «Дукорскі маёнтак», Центр экологического туризма «Станьково» и пикник-отель «Экспедиция».

Среди услуг данных объектов к понятию экотуризма относятся зоосад, бани, чумы, акватория и др., а музейный комплекс «Партизанский лагерь», дом-перевертыш, часовня, 5D-кинотеатр, лазерный тир и др. имеют весьма косвенное отношение. Принцип безвредности окружающей среде сооружений не учтен. Исходя из этого, следует сделать вывод, что понимание экотуризма у данных организаций, за исключением пикник-отеля «Экспедиция», не соответствует сложившимся трендам мирового туристического рынка, а следовательно, не будет на нем востребованным.

Таким образом, экологический потенциал Беларуси используется лишь в крайне малой степени. Тем не менее, имеющиеся перспективы могут быть реализованы через следующие направления:

- 1) экоотель, построенный на принципах экосбережения;
- 2) традиционная баня со старинными процедурами на основе фитотерапии и термотерапии;
- 3) пешие тропы к местам обитания редких птиц и животных, растений, смотровые башни и др.;
- 4) маршруты и объекты для экстремального туризма;
- 5) просмотр мест в онлайн режиме с помощью камер.

Данные предложения могут быть успешно внедрены практически повсеместно, что позволит создать ряд туристических дестинаций со всей прилегающей инфраструктурой, необходимой для привлечения иностранных туристов.

Литература

Бизнес в агро- и экотуризме : пособие / под общ. ред. А. И. Тарасенка. — Минск : Четыре четверти, 2014.

Э.В. Куриленко
БГЭУ (Минск)

ПРОБЛЕМЫ РАЗВИТИЯ ВНУТРЕННЕЙ ТОРГОВЛИ РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ КАК ЭЛЕМЕНТА ИНФРАСТРУКТУРЫ ТУРИСТСКОЙ ИНДУСТРИИ

Актуальность и недостаточная разработанность проблем комплексного развития и совершенствования инфраструктуры туризма требуют, чтобы они стали объектом специального научного исследования, в котором бы сочетались теоретические и практические аспекты ее функционирования. Исходя из этого, в рамках проведенного исследования были выявлены проблемы и предложены возможные направления комплексного развития и совершенствования внутренней торговли Беларуси как элемента инфраструктуры туризма.

Внутренняя торговля и туристская индустрия взаимосвязаны, дополняют и способствуют развитию друг друга. Склонность туристов к значительным тратам в период путешествий и их желание увезти из региона или страны сувениры, национальные изделия, поделки, печатную продукцию, карты, спортивный инвентарь, одежду и другие товары является основным стимулом для развития розничных торговых объектов в наиболее оживленных туристических центрах. Прямые представители туристской индустрии также заинтересованы в успешном функционировании данного элемента инфраструктуры, поскольку это способствует комплексному развитию отрасли и созданию более привлекательного образа дестинации.

При постоянном росте количества торговых объектов и предприятий питания остаются нерешенными многие вопросы. Среди основных проблем розничной торговли стоит выделить: неравномерное распределение торговых объектов по территории страны и внутри городов; недостаточно широкое внедрение системы оплаты по платежным картам и системы TAX FREE; отсутствие достаточного количества ассортиментных групп; некачественное обслуживание.

Общественное питание также сталкивается с рядом проблем, среди которых: недостаточное количество заведений различной кулинарной направленности; отсутствие специализированных заведений (пабов, детских кафе, ресторанов национальной кухни); недостаточно развитая сеть придорожного сервиса; низкий образовательный уровень обслуживающего персонала.