

А.А. Береснева

БГЭУ (Минск)

Научный руководитель Н.В. Савина

(канд. филол. наук, доцент)

ПРОБЛЕМЫ И ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ АГРОТУРИЗМА В ВИТЕБСКОЙ ОБЛАСТИ

Одним из самых приоритетных секторов туристической индустрии в Беларуси является агротуризм. Агротуризм — экологический вид туризма, который направлен на использование культурно-исторических и природных ресурсов сельской местности в целях создания комплексного туристического продукта. Развитию агротуризма способствует то, что более 42 % территории Беларуси — сельскохозяйственные земли. В среднем, по количеству сельскохозяйственных угодий на одного жителя (0,9 га), в том числе пашни (0,6 га), Республика Беларусь превосходит другие европейские страны в два раза [1]. Основу развития агротуризма Витебской области составляет признанная на международном уровне система особо охраняемых природных территорий, которая включает: Березинский биосферный заповедник, 2 национальных парка, 25 заказников республиканского значения, 76 памятников республиканского значения, 60 заказников и 162 памятника местного значения. Общая площадь особо охраняемых территорий Витебской области составляет 381,1 тыс. га или 9,5 % от площади области [2]. Преимуществами развития агротуризма в Витебской области также являются: развитость дорожно-транспортных коммуникаций; большое количество сельского населения; благоприятное географическое положение (близкое расположение с границами России, Литвы и Латвии) и др. Вместе с тем существуют определенные проблемы в развитии и продвижении данного вида туризма на территории Витебской области. Основными из них являются: малый опыт в развитии агротуризма у владельцев данного бизнеса; незнание иностранных языков; отсутствие узнаваемого бренда; особенности климата; малый объем инвестиций и др. Для решения данных проблем необходим новый подход, позволяющий увеличить количество квалифицированных специалистов в данной сфере, улучшить продвижение туристического продукта на мировом рынке, создать более эффективные рекламные кампании, внедрить более новые и интересные способы развлечения туристов и обеспечить условия для устойчивого развития агротуризма в регионах Витебской области. Вероятность более значительного развития агротуризма в регионе существует, и на это влияет ряд потенциальных факторов, которые могли бы поспособствовать этому процессу: создание дополнительных рабочих мест, рост доходов населения, создание новых конкурентоспособных туристических продуктов, привлечение иностранных инвесторов и туристов, развитие трансграничного сотрудничества (Россия, Латвия) и др. Таким образом, выявление перспектив развития агротуризма в Витеб-

ской области в контексте устойчивого развития сельских территорий, позволило заключить следующее: необходимо значительно повысить качество предоставляемых услуг, с сохранением этнических традиций; развитие агротуризма требует осуществления мер по обеспечению высококвалифицированными кадрами, включая экскурсоводов, гидов-переводчиков, экономистов-менеджеров и др.

Список использованных источников

1. Земельные ресурсы Беларуси [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <http://www.zavtrasessiya.com/index.pl?act=PRODUCT&id=169>. — Дата доступа: 15.02.2018.

2. Витебский областной исполнительный комитет [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <http://www.vitebsk-region.gov.by/ru/osobo-oxra-njaemye-prirodnye-territorii/>. — Дата доступа: 16.02.2018.

К.А. Бокшиц

БГЭУ (Минск)

Научный руководитель Е.Ф. Волонцевич

(канд. экон. наук, доцент)

ОРГАНИЗАЦИЯ ОБЪЕКТОВ ПИТАНИЯ В ТОРГОВЫХ ЦЕНТРАХ КАК АКТУАЛЬНАЯ ТЕНДЕНЦИЯ РЕСТОРАННОГО БИЗНЕСА БЕЛАРУСИ

Кафе, бистро и кафетерии все чаще становятся составными частями гипермаркетов и супермаркетов, имеющих отделы кулинарии с продукцией собственного производства. Услуги питания отличаются от торговли на вынос. Они предоставляются для того, чтобы купленное изделие было употреблено в месте приобретения, что несет риски. Интерес к данному направлению связан с рядом очевидных плюсов. Среди них можно выделить: экономия на строительстве помещения; реклама торгового объекта работает и на предприятие питания; более высокая «проходимость» и поток потенциальных гостей; возможность для потребителя попробовать на месте блюдо или продукт, который он потом может приобрести домой; автоматическое решение вопросов с уличными вывесками, рекламными щитами, парковкой и т.д. Основным плюсом является то, что собственная точка общепита приносит дополнительный доход при довольно небольших вложениях — магазины уже имеют производственную базу, подготовленный персонал, налаженные поставки продуктов и собственные торговые площади. В то же время к минусам можно отнести: предприятие питания напрямую зависит от торгового предприятия как в плане посещаемости, так и в плане режима работы; наличие разных собственников может привести к конфликту интересов в стилевом оформлении, при проведении акций или промо-мероприятий; прямая зависимость репутации предприятия