

ский туризм». Таким образом, можно утверждать, что индустрия гостеприимства развивается с каждым днем, поэтому крайне важно подстраиваться под изменчивые тенденции, оставаясь конкурентоспособным на рынке туристических услуг.

Е.С. Дубеник, С.А. Крыж
БГЭУ (Минск)

Научный руководитель П.А. Литвинов

ПРОБЛЕМЫ ОРГАНИЗАЦИИ ФУДКОРТОВ ПРИ ПРОВЕДЕНИИ СОБЫТИЙНЫХ МЕРОПРИЯТИЙ

В Беларуси проходит огромное количество фестивалей, как республиканского, так и международного уровня. Это связано с развитием событийного туризма в Беларуси. Несмотря на высокий уровень проведения фестивалей, анализ данных мероприятий выявляет целый ряд недостатков со стороны их организации.

Одним из важнейших недостатков, на которые в первую очередь обращают внимание посетители, касается организации фудкортов. Одна из основных проблем, выявленных на основе анализа отзывов в социальных сетях — это очереди. Данная проблема затрагивает большое число фестивалей: GreenFest, Наш Грюнвальд, Славянский Базар, VivaBraslav.

Следующая, не менее серьезная проблема, — это недостатки в компоновке и локализации в зонах фудкортов, вызывающие возникновение толпы, нарушающие трафик потоков гостей, что доставляет им дискомфорт и неудобства. Этот фактор отчасти объясняет и проблему очередей. Наибольшие проблемы этого характера были выявлены при проведении следующих фестивалей: А-fest, Славянский Базар.

В силу развития современных технологий и новшеств, можно выделить еще одну проблему — отсутствие безличного расчета. Эта проблема с каждым годом набирает обороты и становится более обостренной. По отрицательным отзывам посетителей по поводу возможностей оплаты лидируют такие фестивали, как: Мотольские присмаки, Славянский Базар, А-fest.

Также значимой проблемой можно назвать вопрос доли национальной кухни в меню фестивалей. Эта проблема касается даже гастрофестивалей. Не секрет, что целевая аудитория таких событийных мероприятий в первую очередь сориентирована на получение впечатлений и поиск новизны и аутентичности. Однако анализ показал, что не все гости наших фестивалей остаются довольны, так как покидают наши просторы не попробовав настоящую местную кухню. По-прежнему, белорусские кулинарные фестивали и фестивали иной тематики, уделяют недостаточное внимание собственно белорусской кухне, что особенно отмечают зарубежные гости. Данная проблема охватывает не только гастрономические фестивали, но и такие как: А-fest, Мотольские присмаки.

Таким образом, несмотря на то, что Беларусь обладает богатым материальным и нематериальным наследием, большая его часть остается пока невостребованной в туристической индустрии, т.е. не дает полного представления о нашей стране другим народам, из-за вышеперечисленных проблем. Если их не исправить, то Беларусь не сможет конкурировать с фестивалями зарубежных стран. Поэтому нужно выходить на международный уровень, исправляя недостатки отмеченные выше.

Более ответственное отношение организаторов к созданию концепции фудкортов на фестивалях (рациональное и более плотное размещение зон с едой, проведения безналичного расчета с использованием wi-fi, коммуникации и инфраструктура фудкортов, создание мобильных приложений и сайтов с отзывами и комментариями позволит улучшить и устранить проблемы в последующем проведении фестивалей.

*Н.Ю. Дубина
БГЭУ (Минск)*

Научный руководитель П.А. Литвинов

ИГРОВОЙ ТУРИЗМ ВОЕННОЙ ТЕМАТИКИ В РЕСПУБЛИКЕ БЕЛАРУСЬ

Пейнтбол, страйкбол, Q-zar — эти слова у всех на слуху уже много лет и их популярность с каждым годом лишь продолжает расти. По всему миру насчитывается более 15 млн участников этих игр. Проводятся различные соревнования на разных уровнях: от клубных до международных.

Стоит отметить, что их не рассматривают как туристический продукт в нашей стране. На данный момент не существует законодательной и правовой базы, которая могла бы способствовать их большему развитию. Данные виды спорта не включены в спортивную деятельность, что осложняет как организацию, так и проведение на более масштабных уровнях. Не ведется статистики количества людей, принявших участие в таких мероприятиях.

Однако только в границах Минска открыто 10 пейнтбольных площадок и создано более 15 клубов. Данный вид активной деятельности, ввиду сидячего образа жизни большинства населения, становится привлекательным способом проведения свободного времени и досуга. Пейнтбол, как разновидность корпоративного отдыха, стремительно наращивает свои обороты. Еще в конце прошлого века была выявлена явная взаимосвязь между вовлечением сотрудника фирмы в общественную жизнь коллектива и эффективностью его работы. Результатом этих исследований стала «Теория вовлечения», которая гласит, что активность человека в общественной жизни организации способствует повышению его эффективности труда.

Развитая инфраструктура на каждой отдельной площадке позволяет принимать гораздо больше клиентов, чем сейчас. Для каждой площадки