

Источник

1. Почему зарубежные туристы все чаще выбирают белорусские клиники для лечения [Электронный ресурс] // Минск-Новости. — Режим доступа: <https://minsknews.by/pochemu-zarubezhnyie-turistyi-vse-chashhevuyibirayut-belorusskie-kliniki-dlya-lecheniya>. — Дата доступа: 28.11.2018.

А.А. Холод, Е.П. Лунёва

БГЭУ (Минск)

Научный руководитель — Т.М. Сергеева

ОСОБЕННОСТИ ВЛИЯНИЯ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЙ НА ФОРМИРОВАНИЕ НАЦИОНАЛЬНОГО ТУРИСТИЧЕСКОГО ПРОДУКТА

В нынешнее время во многих государствах активно развивается внутренний туризм с помощью рационального использования культурного и природного наследия. Республика Беларусь, без сомнения, очень удивительная и богатая на чудеса природы страна. Так почему же наш туристический продукт не имеет высокого спроса на мировом рынке?

Конкурентоспособность включает три основных составляющих. Одна из них жестко связана с предоставляемой услугой как таковой и в значительной мере сводится к качеству. Другая связана со сбытом и сервисом туристического продукта. Наконец, третья связана с экономическими возможностями и ограничениями потребителя и отражает все то, что может быть приятно или неприятно потребителю как клиенту, как человеку, как члену той или иной социальной группы и т.д.

Одним из элементов, составляющих конкурентоспособность предприятия или страны, является конкурентоспособность ее продукта. Проведя небольшой анализ, мы можем сделать вывод, что туристические ресурсы нашей страны используются неэффективно и совсем мало рекламируются, хотя наш богатый культурный, природный и исторический потенциал почти неисчерпаем.

Чтобы создать конкурентный продукт, предприятиям туристической отрасли необходимо учитывать опыт соседних стран, а также проанализировать то, что мы предлагаем иностранным туристам и нашим соотечественникам.

Достойный и конкурентоспособный продукт легко привлечет туристов, учитывая то, что в данный момент для въезда в нашу страну были упрощены некоторые туристические формальности. Во-первых, это расширение безвизового режима для граждан более 80 стран, прибывающих в страну через аэропорт Минск, с 5 до 30 суток, во-вторых, с 1 января безвизовый въезд в Брестской и Гродненской областях, и в-третьих — начало действия безвизового режима с Китаем с 10 августа.

По словам Министра спорта, Сергея Ковальчука, в этом году очень много факторов способствуют развитию внутреннего туризма, и в стране делается очень много для того, чтобы туристический бизнес развивался правильно, грамотно и динамично.

Технологический прогресс предоставляет все возможности для развития туристических дестинаций. Надо лишь грамотно подойти к этому вопросу. Конечно, предприятия на собственном уровне не могут обеспечить полностью всей инфраструктурой, однако данный вопрос необходимо решать на государственном уровне.

Также стоит сказать о том, что очень повысят туристическую привлекательность страны II Европейские игры, которые пройдут в Минске в 2019 г. Из чего можно сделать вывод, что этот год будет одним из прорывных в области туризма в нашей стране.

Источники

1. *Ильина, Е.Н.* Туроперейтинг. Организация деятельности : учеб.-практ. пособие / Е.Н. Ильина. — Минск : БГЭУ, 2007.

СНИЛ «Тураналитик»

А.Н. Шлотгаузр

БГЭУ (Минск)

Научный руководитель — П.А. Литвинов

КОНЦЕПЦИЯ «ZERO-WASTE» КАК ФАКТОР ПОВЫШЕНИЯ ПРИВЛЕКАТЕЛЬНОСТИ ТУРИСТИЧЕСКОГО КОМПЛЕКСА БЕЛАРУСИ

Туризм является одной из тех сфер деятельности человека, которая приносит большое количество отходов. Нерациональное использование ресурсов в данном направлении приводит к образованию множества отходов, которые перерабатываются не в полном объеме. Большую часть отходов составляют пластиковая тара из-под всех одноразовых продуктов, которыми посетители пользуются в отеле, пищевые отходы и др.

Собственно «zero-waste» — стратегия и образ жизни, направленные на уменьшение образования отходов, а также на производство нетоксичных и перерабатываемых товаров. Это значит, что использованная вещь не превращается в мусор, а вновь становится ресурсом.

Самый лучший пример благотворного влияния на индустрию — сеть отелей Hotel Rifiuti Zero, которая на данный момент работает на территории Италии и Словении. Одной только заменой всех пластиковых бутылок они сократили потребление пластика на 20 000 бутылок в год. Также в своих отелях они установили контейнеры по сбору раздельного мусора, отказались от бумажных газет (все они доступны