

ния покупателей, предлагаемым ассортиментом реализуемой продукции и номенклатурой предоставляемых услуг общественного питания.

В процессе анализа развития общественного питания выявлен перечень факторов, которые представлены следующими группами: факторы среды (внутренние и внешние); базовые (совокупность функциональных, технико-технологических, организационно-экономических, санитарно-гигиенических требований к объектам общественного питания, требований экологичности и безопасности); личностные (субъективные).

Источник

Стасюкевич, С.В. Технология организации общественного питания : учеб. пособие / С.В. Стасюкевич, И.В. Уриш. — Минск : РИПО, 2019. — 371.

<http://bseu.by/>

А.И. Тарасёнок, д-р экон. наук, доцент
alex_tarasenok@mail.ru
В.Н. Малеронок, аспирант
very_i@mail.ru
БГЭУ (Минск)

ПРОБЛЕМЫ ВНЕДРЕНИЯ ИННОВАЦИОННЫХ ТЕХНОЛОГИЙ В СЕКТОР ТУРИСТИЧЕСКОЙ ИНДУСТРИИ РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ И ПУТИ ИХ РЕШЕНИЯ*

Прогнозы развития мирового туризма показывают, что сектор туристической индустрии в долгосрочной перспективе имеет опережающий характер экономического роста. Это является залогом того, что данный сектор будет долгое время привлекательным для инвестирования и ведения бизнеса, несмотря на его высокую чувствительность к формажорным явлениям (как, например, современная пандемия COVID-19), способным привести его к стагнации и кризису. Новые инвестиционные проекты в условиях высокой конкуренции вынуждены опираться на инновационные подходы и технологии. Основными направлениями инновационной деятельности предприятий туристической индустрии являются: создание нового или качественная модификация существующего турпродукта; освоение новых направлений и рынков сбыта; внедрение сервисов на основе передовых IT-технологий; внедрение инновационных форм организационно-управленческой деятельности, способов и методов организации бизнес-процессов.

Для теоретического обеспечения инновационного развития сферы туризма наибольшее значение имеют концептуальные инновации, среди которых в настоящее время центральное место занимает современный дестинационный подход к управлению сектором туристической индустрии национальной экономики. Концептуальным ядром данного подхода является учение о дестинации. Каркасом дестинации являются туристические кластеры, развитость которых определяет устойчивость дестинации. Важнейшими факторами становления и развития кластеров являются их внутренняя устойчивость, обеспечиваемая коммуникациями на основе инновационных IT-технологий, и внешняя целостность, формируемая благодаря информационным технологиям в интернете, которая выражается в целостности восприятия кластера как части дестинации с определенным имиджем среди туристов и местных игроков туристического рынка.

* Статья подготовлена при финансовой поддержке БРФФИ в рамках НИР № Г18-144 на тему «Проблемы внедрения инновационных технологий в сектор туристической индустрии Республики Беларусь и пути их решения».

Исследование инновационного развития туристической индустрии выявило пробелы, которые затрудняют эффективное внедрение кластерного подхода в сфере туризма Республики Беларусь. Это прежде всего отставание в формировании продуктовых инноваций, что вызвано в основном ограниченностью объемов туристического спроса в стране: внедрение инноваций дорого и требует отдачи, которая достигается при критической массе потребления инновационного продукта. Внедрение организационно-управленческих инноваций в основном происходит при вхождении на белорусский рынок крупных международных игроков (в том числе крупных альянсов) туристической индустрии. Рыночные инновации проявляются прежде всего в создании новых сильных брендов, узнаваемых не только внутри страны, но и на международном рынке туризма. Новые бренды международного уровня еще не сформировались.

Оценка положения национальной дестинации Беларуси в периферийной зоне мирового туристического пространства в сочетании с подтвержденным сильнейшим влиянием на национальную туристическую индустрию фактора ЕАЭС и слабой восприимчивостью инноваций национальными игроками туристического бизнеса актуализируют вопросы внешней туристической политики по стимулированию иностранного туристического спроса и создания механизма повышения конкурентоспособности национальной дестинации и интенсификации инновационной деятельности, направленной на переход Республики Беларусь из периферийной зоны мирового туристического пространства в полупериферию, охватывающую страны, более восприимчивые к внедрению инноваций.

<http://bseu.by/>

С.Л. Флерко, канд. экон. наук
sw_flerko@mail.ru
БГЭУ (Минск)

УПРАВЛЕНИЕ НЕДВИЖИМОСТЬЮ В БАНКОВСКИХ ОРГАНИЗАЦИЯХ

Недвижимость составляет значительную часть национального богатства для любой страны, большую часть государственной собственности, а в масштабах отдельных предприятий — существенную часть их имущества. Кроме того, организация любой производственной или коммерческой деятельности требует наличия недвижимого имущества, вне зависимости от того, необходимо ли оно лишь для размещения офиса и регистрации юридического лица либо для организации крупного производства.

Недвижимое имущество является одним из самых сложных активов, которые могут находиться в собственности у любой организации, что непременно влечет за собой значительную степень ответственности и риска, которые могут повлиять на конечный финансовый результат. В связи с этим для нивелирования рисков существует необходимость квалифицированности, высокого уровня компетентности и взвешенности управленческого персонала при принятии тех или иных решений, касаемых управления недвижимостью в организации, в том числе связанных с приобретением или отчуждением недвижимого имущества.

Суть самого понятия «управление недвижимостью» следует рассмотреть с двух точек зрения: 1) с позиции девелопмента недвижимости; 2) позиции property-менеджмента.

Некоторые исследователи под управлением недвижимостью понимают управление девелопментом объекта (объектов) недвижимости, т.е. процессом создания объекта недвижимости с определенными качественными и количественными (площадь, этажность) характеристиками, обеспечивающими удовлетворение потребностей государства, муниципалитетов, бизнеса или населения. Сущностью данного процесса является создание вещи, обладающей определенной полезностью, с минимальными издержками. Подобный