

К отрицательным моментам размещения белорусских еврооблигаций необходимо отнести то, что сама процедура размещения достаточно затратная: организаторы берут за это комиссионные вознаграждения, которые в зависимости от объема работ могут достигать 1 %. Доходность на уровне почти в 9 % годовых требует значительных средств на выплату обязательств, что станет текущим ориентиром для многих зарубежных банков и кредитных организаций, предоставляющих финансовые ресурсы.

## **ОСНОВНЫЕ НАПРАВЛЕНИЯ ПОВЫШЕНИЯ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ НАЦИОНАЛЬНОЙ ГОСТИНИЧНОЙ ИНДУСТРИИ НА МЕЖДУНАРОДНОМ РЫНКЕ ГОСТИНИЧНЫХ УСЛУГ**

*Карар Аль-Робай Аливи С., Белорусский государственный университет*

Международный туризм с каждым годом набирает все большие обороты. В 2010 г. число международных туристских прибытий возросло почти на 250 млн по сравнению с 2009 г. и достигло 940 млн туристов. В свою очередь доходы от международного туризма почти удвоились — с 482 млрд дол. США в 2000 г. до более чем 900 млрд дол. США в 2010 г. Большинство стран мира уже провозгласили туризм в числе наиболее приоритетных направлений своего устойчивого социально-экономического развития.

Республика Беларусь не является исключением. В последние годы государство видит в туризме огромные перспективы. Туризм может выступить действенным катализатором развития национальной экономики, что особенно важно в условиях современной экономической ситуации. К 2015 г. ожидается минимум в 3,5 раза увеличить экспорт туристских услуг.

Основными тенденциями национальной гостиничной индустрии на международном рынке гостиничных услуг, по мнению автора, должны стать следующие:

1. Интеграция, т. е. создание национальных гостиничных цепочек. Это позволит привлечь дополнительные ресурсы для развития гостиничного бизнеса, реализовать совместные маркетинговые программы, вести исследовательскую деятельность, формировать единую систему подготовки и переподготовки кадров. К тому же крупным туроператорам выгоднее работать с принимающей компанией, представляющей сеть отелей, чем договариваться с каждой гостиницей в отдельности. Данное направление требует оперативного проведения в жизнь, т. к. очевидно, что через небольшой промежуток времени на белорусский рынок придут уже международные цепочки.

2. Модернизация и реконструкция гостиниц, что позволит повысить уровень комфорта пребывания туристов.

3. Приведение гостиничных номеров к единой классификации, соответствующей международным стандартам.

4. Увеличение количества сертифицированных гостиниц, претендующих на присвоение «звездных» категорий. На сегодняшний день в Беларуси из примерно 300 объектов гостиничного сервиса сертифицировано пока 38 гостиниц.

5. Активная разработка и продвижение гостиницами собственных туристических продуктов («увлекательные выходные», новогодние праздники и др.).

6. Диверсификация, т. е. повышение конкурентоспособности гостиничного бизнеса за счет распространения сферы интересов гостиниц на продукты и услуги, ранее предоставляемые предприятиями других областей. Например, предложение гостиницами помимо проживания экскурсий, программ досуга, организация развлечений, выставочной деятельности, предоставление в аренду движимого и недвижимого имущества.

7. Развитие направления делового и конгресс-туризма посредством стимулирования и создания благоприятных условий для бизнеса в Беларуси.

8. Поиск альтернативных потоков въездного туризма.

9. Специализация гостиниц. Тенденция фокусирования предопределяет ориентацию гостиниц на определенную рыночную нишу потребителей, что позволяет повысить их конкурентоспособность, а также сконцентрировать усилия на выбранном сегменте таким образом улучшить качество обслуживания.

10. Демократизация, заключающаяся в повышении уровня доступности гостиниц для массового потребителя.

11. Интернационализация и глобализация. Установление и расширение присутствия белорусских гостиничных предприятий, в том числе в различных странах мира.

12. Внутренний маркетинг. Маркетинговые усилия гостиничного бизнеса должны концентрироваться на создании благоприятной внутренней среды и высокой маркетинговой культуры, стимулирующей соответствующее качество обслуживания клиентов.

13. Новые технологии. Инновационный маркетинг предполагает, прежде всего, широкое внедрение новых средств коммуникации и информационных технологий. Например, использование *on-line*-бронирования и продвижение интернет-сайтов создает предпосылки для выхода гостиничных предприятий на международный рынок гостиничных услуг.

14. Новые гостиницы. Одним из способов повышения конкурентоспособности национальных гостиниц может стать создание принципиально новых типов гостиниц: бизнес-отелей, экологических гостиниц, ротелей, хостелов и др.

15. Создание благоприятной инвестиционной обстановки для развития гостиничной индустрии.

Приведенные выше тенденции гостиничных услуг способствуют повышению конкурентоспособности белорусских гостиниц как на территории Беларуси, так и на международном уровне. Данные направления не являются исчерпывающими, а могут и должны пополняться новыми для успешного функционирования системы гостиничных услуг и развития туризма в целом.

## **ДИНАМИКА МИРОВЫХ ЦЕН НА СЫРЬЕ И ПРОДОВОЛЬСТВЕННЫЕ ТОВАРЫ: СОЦИАЛЬНО-ЭКОНОМИЧЕСКИЙ ЭФФЕКТ**

*Кириченко Н. В., Одесский национальный университет им. П. П. Мечникова*

Данная тема является актуальной, так как колебания цен на продовольственные товары и сырье оказывают наиболее ощутимое влияние на состояние экономики страны. Является ли страна чистым экспортером товаров или сырья, либо наоборот чистым импортером; изменится ли спрос на товары в стране и каковы были исходные экономические условия данной страны — от этого и будет зависеть социально-экономический эффект изменения мировых цен на товары и сырье.

С начала 2010 г. наблюдается значительный рост цен на сырье и продовольственные товары. Возросли цены на нефть, это было связано с увеличившимися рисками на рынке нефти в связи с волнениями на Ближнем Востоке и в Северной Африке происходившими в конце января 2011 г. Из-за этого предложение нефти сократилось, а цены резко выросли до 112 дол/, тогда как в начале года за баррель нефти марки Brent давали только 94 дол.

Основными потребителями нефтепродуктов остаются страны с переходной экономикой и развивающиеся страны, в том числе Китай, который до сих пор в значительной мере влияет на мировые объемы потребления нефтепродуктов, стали и другого сырья.

На рынке сельскохозяйственной продукции так же отмечены скачки цен. Это было связано с плохими погодными условиями, а так же неурожаями: пшеницы в России и Украине; риса, каучука, хлопка и овощей местного производства в Южной и Юго-Восточной Азии; кукурузы в США и сахара в Индии. Еще одним фактором удорожания сырья стал высокий спрос на биотопливо, так как сельскохозяйственное сырье является его основой.

Китай остается на ведущих позициях по темпам потребления ресурсов, а так же по экспорту готовой продукции. Можно с уверенностью сказать, что если спрос на сырье со стороны Китая не упадет — то мировые цены продолжат расти.

Экономика развивающихся стран и стран с переходной экономикой наиболее остро реагирует на подорожание сырья и продовольственных товаров. Доля продуктов питания в потребительской корзине населения этих стран намного выше, чем в развитых странах, что вызвано низким уровнем зарплат и социальной защищенности. Вследствие этого ценовые колебания будут наиболее ощутимы именно для таких незащищенных слоев населения.