

же проведение выездных церемоний бракосочетания. Кроме того, исследование рынка Израиля выявило сегмент граждан, которые являются потенциальными потребителями данного продукта: репатрианты и их потомки, большинство которых говорит на русском языке, чей предполагаемый возраст 20—35 лет, а уровень дохода средний — около 1746 евро в месяц. Число браков, заключаемых израильтянами за границей каждый год, постоянно растет и в 2011 г. составило 6313, что является значительным потенциальным сегментом потребителей с перспективой роста.

Наличие конкурентных преимуществ у рассматриваемого продукта, среди которых высокое качество оказываемых услуг и низкая стоимость, свидетельствует о перспективности введения направления по организации свадебных церемоний для граждан Израиля для ООО «Белрандевуплюс».

На основании результатов проведенных исследований внешней и внутренней среды предприятия, анализа целевого рынка, а также разработанной антикризисной стратегии диверсификации разработан комплекс маркетинга, который включает товарную, сбытовую, ценовую политику и политику продвижения нового продукта. Применение тактических мер по продвижению продукта, среди которых реклама на израильских свадебных сайтах, публикация пресс-релизов, размещение информации о продукте в свадебных каталогах, предложение выгодных условий сотрудничества агентам, осуществляющим продажи в Израиле, и другие, обеспечит распространение информации о продукте и привлечение потребителей описанной выше целевой группы.

Путем составления плановой калькуляции была рассчитана стоимость единицы продукта «Свадебная церемония в Беларуси для иностранных граждан», которая составила 548,9 евро.

Оценка экономической эффективности введения продукта в ассортимент услуг предприятия ООО «Белрандевуплюс» была проведена с помощью расчета точки безубыточности, которая составила 4,84 единицы продукта. Это свидетельствует о том, что затраты по внедрению и продвижению продукта окупятся и начнут приносить предприятию прибыль уже при реализации пятой единицы продукта.

Кроме того, была проведена экспертная оценка рисков введения нового продукта в ассортимент компании. Выявлены наиболее вероятные и опасные риски: рост прямых материальных затрат, а также появление конкурентов с аналогичным продуктом на рынке Беларуси.

Таким образом, разработанный новый продукт является перспективным для введения в ассортимент услуг предприятия «Белрандевуплюс», а также других предприятий туристической индустрии Беларуси в качестве меры антикризисного управления.

СОЦИАЛЬНО-ЭКОНОМИЧЕСКИЕ ФАКТОРЫ РАЗВИТИЯ ТУРИЗМА В ГПУ НП «ПРИПЯТСКИЙ»

Мозговая О. С., Белорусский государственный университет

Развитие туризма в особо охраняемых природных территориях невозможно без соответствующего поступательного социально-экономического развития. Поэтому исследование социально-экономических факторов развития туризма в Национальном парке «Припятский» является актуальной темой. Характеристика социально-экономических факторов развития туризма произведена по комплексу показателей и является основой для определения как общих закономерностей социально-экономического развития данного природоохранного учреждения, так и специфических предпосылок для развития отдельных видов деятельности (например, экотуризма). Определение закономерностей и предпосылок базируется на выявлении ресурсных возможностей национального парка, проблем, возможностей и приоритетов дальнейшего его развития с учетом характера и интенсивности социально-экономических и экологических процессов и местной специфики.

Перечень средств размещения ГПУ Национальный парк «Припятский»

Название предприятия	Количество мест	Услуги, предлагаемые предприятием
Гостиница «Над Припятью»	50 мест: из них 6 номеров люкс, 5 номеров «Кинг-сайз», 1 номер для инвалидов и 13 номеров 1-ой категории	Ресторан, конференцзал, тренажерный зал, зал боулинга и бильярда, сауна, бассейн, охраняемая автостоянка
Туристический комплекс «Хлупинская Буда»	46 мест (четыре домика коттеджного типа с 1-но ,2-х, 3-х-местными номерами, в том числе и категории полулюкс)	Охраняемая автостоянка, места отдыха с кострищем и столом с навесом
Туристический комплекс «Дорошевичи»	61 место (два стационарных корпуса и домики летнего типа). Корпус № 9 (16 мест. Во всех номерах — душ, кондиционер, ТВ). Корпус № 3 (31 место — номера: 2 люкса, 7 номеров полулюкс, 1 пятиместный и 1 восьмиместный номер — во всех номерах имеются: душ, телевизор, кондиционер, холодильник). Домики летнего типа (14 мест): двухместные и трехместные номера. В номерах — отдельные кровати, шкаф, санузел.	Баня с мини-бассейном; кафе, бильярд (корпус №3); места отдыха с кострищем и беседками; охраняемая стоянка на 13 мест; лодочная станция (прокат весельной и моторной лодок)
Гостевой домик рыбака и охотника «Черетянка»	8-10 мест (пять двухместных номеров, мини-кухня, обеденный зал, санузел с душем, каминный зал)	Пристань для лодок, кострище
Туристический объект «Старушки»	16 мест	—
Коттедж «Сосны»	Шесть 2-х-местных номеров	—
Гостиничный домик в г. Туров	10 мест (2-х местные номера, кухня, санузел, ванная комната, гостиная, 2 лоджии)	Бесплатная парковка, обустроенное место для пикника, беседка

Национальный парк «Припятский» создан в 1996 г. распоряжением Президента Республики Беларусь от 2 октября 1996 г. № 298рп на базе одноименного заповедника, существовавшего с 1969 г. и располагается на территории Житковичского, Петриковского и Лельчицкого районов Гомельской области с административным центром в г. Турове, в 250 км южнее г. Минска и 350 км восточнее г. Бреста. Имеет международный статус ключевой орнитологической территории. Площадь ГПУ «НП «Припятский» составляет 188485 га. Южная часть его представлена особо охраняемой природной территорией площадью 85841 га. Северная часть парка площадью 102 644 га представлена экспериментальным лесохозяйственным хозяйством «Лясковичи». Кроме того, дополнительно арендуется 92 897 га охотничьих угодий. Количество населения в районе особо охраняемой природной территории составляет 7870 человек (количество населения с учетом ЭЛОХ «Лясковичи» и СХК «Лясковичи» составляет 13 848 человек (33 населенных пункта: 31 деревня и 2 поселка).

Промышленность в ГПУ «НП «Припятский» развивается на базе ЭЛОХ «Лясковичи», где функционирует деревоперерабатывающий комплекс «Лясковичи», который имеет законченный цикл производства: начиная от вырубki леса, до упаковки паркета. Сфера услуг представлена услугами проживания, питания, экскурсионными услугами, организацией пикника, услуги автотранспорта, услуги егеря, платное любительское рыболовство, речная прогулка на теплоходе, фотосафари, информационно-туристические услуги, услуги проката и др. Объем платных услуг населению (в сопоставимых ценах) в 2011 г. составил 2407,0 млн руб., что в 12 раз превышает объем платных услуг населению, оказываемых в 2005 г. Объем производства промышленной продукции (в сопоставимых ценах) в 2011 г. составил 143,2 млн руб., что в 23 раза превышает объем производства промышленной продукции в 2005 г. Среднесписочная численность работников (без внешних совместителей и работающих по договорам гражданско-правового характера) в 2011 г. составляла 403 человека.

Объекты социальной туристической инфраструктуры представлены гостиницами, предприятиями питания, музеем, культурно-зрелищными организациями и мероприятиями, позволяющими разнообразить досуг туристов во время путешествия. Гостиничная инфраструктура и дополнительные услуги, предлагаемые средствами размещения, представлены в таблице.

Кроме того, в городе Туров также размещены предприятия, обслуживающие туристов, посещающих национальный парк «Припятский»: предприятия бытового обслуживания, досугово-развлекательные и спортивные учреждения и устройства, объекты размещения туристов.

Таким образом, ГПУ «Национальный парк «Припятский» является субъектом хозяйствования, функционирующим в нескольких направлениях: производственная деятельность, предоставление услуг, некоммерческая деятельность. Вследствие специфики некоторых видов деятельности, ГПУ «Национальный парк «Припятский» работает в условиях, обусловленных многими ограничениями в природоохранном законодательстве Республики Беларусь. Росту популярности национального парка как туристической дестинации, которая активно развивается, способствует богатый природный и историко-культурный потенциал, выгодное географическое положение, благоприятный климат, наличие развитой инфраструктуры, а также постоянно расширяющийся спектр предоставляемых услуг.

ПРОБЛЕМЫ И НАПРАВЛЕНИЯ ПОВЫШЕНИЯ ПРИВЛЕКАТЕЛЬНОСТИ РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ НА МЕЖДУНАРОДНОМ ТУРИСТИЧЕСКОМ РЫНКЕ

Полещук Н. И., Белорусский государственный университет

Современное состояние сферы международного туризма в Республике Беларусь свидетельствует о том, что она еще не занимает такого положения в экономике, как в развитых странах. Несмотря на имеющийся туристический потенциал, выгодное геополитическое положение, наличие богатого природного и культурного наследия, республика занимает весьма скромное место на мировом туристическом рынке и существенно отстает от соседних государств.

Необходимо особо подчеркнуть, что основной причиной отставания Беларуси в области международного туризма является не низкое качество туристических ресурсов, а их неэффективное использование. Также препятствуют развитию туризма в стране отсутствие рекламно-информационного обеспечения, недостаточное развитие туристической инфраструктуры, невысокие стандарты качества туристического обслуживания в отдельных городах и регионах, несовершенство информационно-статистической базы — все это существенно ограничивает возможности анализа современного состояния туристического комплекса и выработки практических рекомендаций по повышению эффективности его функционирования и развития.