

иностранцев это станет новым поводом посетить Беларусь и узнать культуру страны и народ в непосредственном с ней взаимодействии.

Для отрасли в целом развитие квест-туризма в Беларуси, помимо прочего, увеличит ее туристический потенциал, позволит создать новые рабочие места и станет толчком для активизации деятельности народных промыслов и культуры страны.

### **Литература**

UNWTO Tourism Highlights, 2015 Edition [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <http://www.e-unwto.org/doi/pdf/10.18111/9789284416899>. — Дата доступа: 12.04.2016

**О.И. Славецкая**  
БГЭУ (Минск)

*Научный руководитель — кандидат экономических наук З.М. Горбылева*

## **МІСЕ-ТУРИЗМ. СОСТОЯНИЕ И ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ В РЕСПУБЛИКЕ БЕЛАРУСЬ**

Деловой туризм, обеспечивающий организацию и управление бизнес-поездками, разделяется на ряд секторов, образуя понятие «индустрии МІСЕ» (Meetings — встречи; Incentives — поощрительные мотивационные мероприятия; Conferences — конгрессы или конференции; Events and Exhibitions — выставки) [1].

США и Европа занимают 54 % объема рынка МІСЕ-индустрии. Активно заявляют о себе Армения, Грузия, Россия, Азербайджан. Однако Беларусь не рассматривается на мировой арене как площадка для МІСЕ-туризма, несмотря на то, что обладает большим потенциалом. Во-первых, Беларусь, находясь в центре Европы, отличается хорошей транспортной доступностью. Во-вторых, страна славится богатым культурным фондом. В-третьих, преимуществом является развивающаяся инфраструктура: строительство отелей и многофункциональных спортивных объектов.

Потенциал Беларуси остается нереализованным по ряду причин:

- 1) высокая стоимость авиабилетов, сложная процедура оформления виз и монополизм компании «Белавиа»;
- 2) отсутствие единой информационной базы, предоставляющей данные о достопримечательностях страны;
- 3) несоответствие цены и качества размещения в гостиницах и аренды конференц-залов, вызванное действующей системой налогообложения;
- 4) отсутствие должного внимания к маркетинговой деятельности по продвижению делового туризма в Беларуси и грамотного PR по формированию положительного и достоверного бренда Беларуси;

5) появляющиеся МІСЕ-агентства, которые занимаются организацией бизнес-поездки и event-мероприятий, действуют самостоятельно и не имеют единого представительства.

Для решения вышеперечисленных проблем можно определить ряд мер, которые могли бы коренным образом изменить подход и отношение к рынку делового туризма в стране:

1) создание Ассоциации МІСЕ либо конгресс-бюро, которые занимались бы мониторингом и координацией данной деятельности в Беларуси;

2) создание бренда ассоциации с последующим продвижением на международный рынок. Например, вступление в Международную Ассоциацию Делового Туризма (GBTA), которое предоставит прямой доступ к глобальной базе членов GBTA, состоящей из более чем 5800 контактов; возможность участия более чем в 25 группах, обсуждающих различные вопросы бизнес-трэвел-индустрии; доступ к календарю глобальных мероприятий, проводимых GBTA (Global Business Travel Association);

3) адаптация и продвижение международных стандартов и технологий организации бизнес-мероприятий, в частности оснащение арендуемых для мероприятий залов необходимой оргтехникой;

4) аккумуляция развития делового туризма на государственном уровне, что подразумевает, например, организацию представления Беларуси на туристических выставках международного уровня, смягчение визового режима.

Развитие МІСЕ-индустрии, несомненно, позволит расширить сферы бизнес-контактов и ускорить интеграцию Беларуси в мировое общество.

### **Литература**

1. Новости GBTA Russia [Электронный ресурс] // Международная Ассоциация Делового Туризма. — Режим доступа: [http://www.gbta.org/EMails/Europe/Russia/Network\\_news\\_June\\_2014\\_RU.html](http://www.gbta.org/EMails/Europe/Russia/Network_news_June_2014_RU.html). — Дата доступа: 27.04.2016.

**Ю.Н. Щадий**

*БГУ (Минск)*

*Научный руководитель — кандидат экономических наук И.А. Власова*

## **БЛЮДА НАЦИОНАЛЬНОЙ КУХНИ В МЕНЮ ЗАВТРАКОВ РЕСТОРАНА ПРИ ГОСТИНИЦЕ**

Тысячи путешественников в любой точке земного шара начинают свой день с завтрака в отеле. Для большинства туристов наличие вкусного и разнообразного утреннего меню в гостинице имеет боль-