

В ресторане во время делового обеда и ужина следует вести разговоры в спокойной обстановке. Отвечая на прямой вопрос, японцы могут отвечать «да» только для того, чтобы показать, что они услышали то, что вы сказали, а не согласны с этим. Реагирование на вопрос или запрос с прямым «нет» редко встречается в Японии. В качестве альтернативы они могут дать, казалось бы, неоднозначные ответы, такие как «я не уверен», «мы будем думать об этом» или «это потребует дальше обсуждения». Каждый из них указывает на серьезные проблемы, которые необходимо решить и обсудить незамедлительно. Надо избегать открытых отказов, разногласий или конфронтации любой ценой. Если нужно донести плохие новости до японской стороны, лучше объединить это с хорошими новостями или приемлемым решением.

При общении с японцами очень важны невербальное общение и язык жестов. Не стоит вступать в физический контакт с другими людьми, кроме рукопожатий. Знак «ОК» с большим пальцем и указательным пальцем в форме круга означает деньги в Японии. Указывать на людей или предметы считается невежливо. Вместо этого можно взмахнуть открытой рукой к объекту. Если человек кладет руку на затылок, он сигнализирует: «Это невозможно». Таких нюансов много.

Японцы не рассчитывают на то, что иностранцы будут точно соблюдать обычаи их страны, но если зарубежные гости постараются им следовать, то хозяева будут очень признательны. Необходимо отметить, что сами японцы очень терпимы к чужим привычкам и обычаям.

Источники

1. *Van Zandt, H.F.* How to negotiate in Japan [Electronic resource] / Howard F. Van Zandt // Harvard Business Review. — Mode of access: <https://hbr.org/1970/11/how-to-negotiate-in-japan>.

Е.М. Янкевич
БГЭУ (Минск)

Научный руководитель — А.И. Тарасёнок, д-р экон. наук, профессор

ИНВЕСТИЦИОННАЯ ПРИВЛЕКАТЕЛЬНОСТЬ СФЕРЫ ТУРИЗМА БЕЛАРУСИ

Обязательным условием развития любой отрасли является инвестиционная привлекательность. Достаточность финансовых ресурсов дает возможность направить их на развитие кадрового, ресурсного потенциала, расширение инфраструктуры. Поскольку развитию туризма в Беларуси уделяется в настоящее время особое внимание, инвестиции дают необходимую базу для привлекательности данной сфе-

ры. Целью исследования является изучение динамики инвестиций в туристическую отрасль Беларуси и их влияния на экономический рост. Туризм характеризуется более быстрыми сроками окупаемости капитала и небольшим размером стартовых инвестиций, наличием спроса и достаточным уровнем рентабельности. Иностранные инвесторы заинтересованы в инвестировании Беларуси и все больше вкладывают денежных средств в развитие вида экономической деятельности «творчество, спорт, развлечение и отдых» [1, с. 66]. В таблице показана динамика иностранных инвестиций всего и по виду экономической деятельности за период с 2015 по 2018 г.

Поступление иностранных инвестиций в Республику Беларусь всего и по видам экономической деятельности, млн дол. США

Показатели	Год				Абсолютный прирост, млн дол. США		Темп роста, %	
	2015	2016	2017	2018	2018/2017	2018/2015	2018/2017	2018/2015
Всего	11 344,2	8559,8	9728,5	10 842,0	+1113,5	-502,2	111,5	95,6
в том числе: творчество, спорт, развлечения и отдых	20,1	29,6	25,9	39,9	14,0	19,8	154,1	198,5

Источник: составлено автором [1].

Данные таблицы свидетельствуют о приросте иностранных инвестиций во все отрасли Республики Беларусь в 2018 г. по отношению к 2017 г., однако, к 2015 г. объем иностранных инвестиций уменьшился на 4,4 %, или на 502,2 млн дол. США. Направленные инвестиции вида экономической деятельности «творчество, спорт, развлечения и отдых» возрастают в 2018 г. по сравнению с предыдущим на 54,1 %, а в сравнении с 2015 г. почти в два раза. В 2018 г. в структуре ВВП по видам экономической деятельности в процентах к итогу увеличился с 0,9 до 1,0 %. Рост инвестиций в туристическую отрасль отражается на увеличении туристических потоков, средствах размещения и росте числа организаций, осуществляющих туристическую деятельность. В 2015 г. их численность составила 1364 ед., а в 2018 г. — 1482 ед.

Необходимо отметить, что благодаря приросту инвестиций (по имеющейся статистической информации за 2016 г.) структура валовой добавленной стоимости в Республике Беларусь (в текущих ценах в % к ВВП) выглядит следующим образом: виды деятельности по оказанию услуг — 56,2 %; промышленность, включая энергетику —

29,2 %; сельское и лесное хозяйство, рыболовство и охота — 8,0 %; строительство — 6,6 % [2, с. 183]. Услуги (в том числе туристические) занимают достаточный удельный вес в ВВП, их экспорт в 2017 г. возрос до 66,6 % [2].

Таким образом, туристическая отрасль в Беларуси инвестиционно привлекательна и для ее развития необходимы дальнейшие инвестиционные вложения с целью решения задач инфраструктурного, ресурсного, кадрового и экономического развития.

Источники

1. Беларусь в цифрах : стат. сб. / Нац. стат. ком. Респ. Беларусь. — Минск, 2019.
2. Беларусь и страны мира : стат. сб. / Нац. стат. ком. Респ. Беларусь. — Минск, 2018.

В.И. Яцук, В.Ю. Савиных
БГЭУ (Минск)

Научный руководитель — **П.А. Литвинов**

КАРАВАНИНГ КАК ПРИМЕР РАЗВИТИЯ МЕДЛЕННОГО ТУРИЗМА

Функционирование мировой туристической индустрии неизбежно вызывает массу экологических и социальных проблем, обусловленных повышением нагрузки на социальную инфраструктуру и природную среду. Постоянно растущие туристические потоки, рост натурального потребления, развитие инфраструктуры влияют на интенсификацию использования рекреационных, водных и земельных ресурсов, повышается уровень загрязнения воздуха, формируется большее количество отходов, возрастает шумовое загрязнение. Одним из способов минимизации воздействия на окружающую среду является концепция медленного туризма.

Слоу тревел (*slow travel*) — это концепция путешествия, являющаяся развитием идеи *slow food* и заключающаяся в антагонистичном подходе к высокому ритму жизни, вызванному глобализацией и V–VI технологическим укладом. Динамичность социальных коммуникаций, большая нагрузка на человека в рамках трудовой деятельности, постоянная нехватка времени и высокий уровень стресса неизбежно должны были вызвать развитие концепций рекреации, основанных на замедлении ритмов жизни, познании окружающей среды и самого себя, а также стимулировать интерес к межкультурной коммуникации в рамках данного концепта. Важнейшим отличием *slow travel* от обычного путешествия состоит в том, что главное — это не пункт назначения, а сам процесс путешествия. *Slow travel* явля-