

юющих объектов: Орша, Гольшаны, хутор Булатово под Гольшанами. Программа тура может включать обзорные автобусно-пешеходные экскурсии, посещение дома-музея Владимира Короткевича, рыцарский турнир у стен Гольшанского замка, а также анимационно-дегустационное представление-детектив в белорусской усадьбе. Целевой аудиторией литературного тура «Дорогой Короткевича» будет турист, интересующийся творчеством писателя; молодежные неформальные организации, цель которых — продвижение белорусской культуры и истории, а также профкомы организаций — постоянных клиентов турфирмы, которым интересно предложение нового турпродукта с элементами анимации и дегустаций.

В свою очередь внедрение такого продукта позволит расширить палитру туристического предложения в стране, а также способствовать через продвижение национальной идеи развитию внутреннего и въездного туризма.

Литература

1. Литературный туризм как специализированный подвид культурно-познавательного туризма [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <http://vestnik-rosnou.ru/node/84>. — Дата доступа: 15.05.2015.
2. Булыгина, И. И. Туранимация как перспективное направление в туризме / И. И. Булыгина. — Саратов : СГСЭУ, 2001.

А.С. Кароль
БДЭУ (Мінск)

САЦЫЯЛЬНА-ЭКАНАМІЧНЫЯ ФАКТАРЫ, ЯКІЯ ЎПЛЫВАЮЦЬ НА РАЗВІЦЦЁ ТУРЫЗМУ

Турызм — адна з найбуйнейшых сфер дзейнасці людзей. Э кожным годам колькасць міжнародных турыстаў узрастает, як і колькасць гравюровых сродкаў, затрачаных на турызм. Сфера турызму займае трэцяе месца ў свеце па экспарце паслуг; 8 % насельніцтва свету занята ў турызме. Для шматлікіх краін турызм набываў вялікую важнасць: паводле дадзеных СТА, для 38 % дзяржаў турызм — галоўная крыніца прыбытку, а для 85 % — адна з пяці галоўных. За 2015 г. колькасць міжнародных турыстычных прыбыццяў узрасла на 4 % і дасягнула 1,2 млрд. З аднаго боку, гэта адлюстроўвае значнае развіццё сферы турызму ў вялікай колькасці краін і добрую якасць турыстычнай інфраструктуры, але з іншага — ставіць краіны ў значную залежнасць ад турызму. З гэтага можна зрабіць вынік, што станоўчы ўплыву турызму на эканоміку краіны адбываецца толькі ў тым выпадку, калі турызм развіваецца паралельна і ва ўзаемасувязі з іншымі сектарамі эканомікі.

З кожным годам роля туризму становіща ўсё больш значнай. Туризм мае вялікую гісторыю свайго развіцця. Вядомы факт, што ажыццяўленне першага арганізаванага падарожжа належыць англічаніну Томасу Куку. Гэта падзея адбылася дзякуючы вялікаму прагрэсу ў тых гадах, а менавіта з'яўленню чыгункі і вынаходніцтву паравога рухавіка, — навуковы фактар моцна паўплываў на з'яўленне туризму. Падарожжы, арганізаваныя Томасам Кукам, сталі фактарамі для развіцця турыстычнай інфраструктуры: у Еўропе і Амерыцы пачалі з'яўляцца першыя гасцініцы, гатэлі, рэстараны і інш.

Туризм і ў цяперашні час знаходзіцца пад уплывам шматлікіх фактараў. Значную ролю адыгрываюць сацыяльна-еканамічныя фактары. Існуюць фактары, якія генеруюць, і фактары, якія реалізуюць грамадскія патрэбы ў туризме.

Сацыяльна-еканамічныя фактары таксама можна падзяліць на дзве асобныя часткі — сацыяльныя і эканамічныя.

Сацыяльныя фактары маюць бліzkую сувязь з разнастайнымі дэмографічнымі прычынамі, якія ўпłyваюць на туризм. Да іх адносяцца колькасць насельніцтва, яго палавая і ўзроставая структура, урбанізацыя. Відавочны факт, што чым больш насельніцтва, тым больш туристаў. Таксама было заўважана, што сярод туристаў назіраецца больш халастых мужчын і жанчын, чым людзей, якія ўжо стварылі сям'ю.

У апошні час у постіндустрыйных краінах на турыстычныя патокі ўсё большы ўнлыў пачала аказваць і ўзроставая структура насельніцтва. Найбольшай турыстскі-рэкрэацыйнай рухомасцю адзначана юнацтва падзі ва ўзросце ад 30 да 50 гадоў. Не менш за 1/5 усіх туристаў складаюць маладыя людзі. Тым не менш, расце доля асоб, якія падарожнічаюць у пажылым узросце. Гэта з'ява атрымала назыву «туризм трэцяга ўзросту».

Урбанізацыя таксама аказвае свой уплыў. Гараджане часта контакцуюць з іншымі людзьмі, таксама яны церпяць ад шумавога і хімічнага забруджвання, ды і ўвогуле гараджане ўсё больш аддаляюцца ад прыроды. Гэта вымушае іх выязджаць на адпачынак у больш іншых спакойных і чыстых месцах. У людзей з'яўляецца больш вольнага часу. Таксама падзі начынаюць драбін, свой адпачынак, што дae магчымасць здзейсніць больш турыстычных паездак і наведаць больш краін, але ў той жа час гэтая паездка доўжыцца каля 3–4 дзен. Трэба адзначыць, што падзі, якія жывуць у сельскай мясцовасці, звычайна падарожнічаюць у вялікія гарады, у той час як гараджане імкнуцца выехаць за мяжу горада ў чыстасе і спакойнае месца на прыродзе.

Уплыў эканамічных фактараў на туризм галоўным чынам абумоўлены тым, што паміж тэндэнцыямі развіцця туризму і эканомікі наблюдаецца цесная ўзаемасувязь. Існуе прамая ўзаемазалежнасць паміж эканамічным развіццем краіны, аб'ёмам нацыянальнага прыбытку і матэрыяльным дабрабытам яе грамадзян. Тому дзяржавы з развітай эканомікай, як правіла, лідзіруюць на сусветным рынку па

колькасці турыстычных паездак сваіх грамадзян. Таксама на колькасці турыстычных паездак упłyвае і бюджет сям'і. У многіх краінах на турызм траціца да 40 % бюджету сям'і. Аднак у той жа час у некаторых краінах сем'і не могуць дазволіць сябе выехаць за мяжку нават раз у год.

Такім чынам, мэта нашай працы — падрабязней разгледзець уплыў сацыяльна-эканамічных фактараў на развіццё турызму. Задачы працы — высветліць, на якія групы падзяляючца сацыяльна-эканамічныя фактары, зразумець іх сутнасць і даведацца, якія з сацыяльна-эканамічных фактараў з'яўляючца больш упльиковымі.

Літаратура

UNWTO [Электронны рэсурс]. — Рэжым доступу: <http://www2.unwto.org/>. — Дата доступу: 03.02.2016.

Вокруг света [Электронны рэсурс]. — Рэжым доступу: <http://vokrugsveta.com.ua/factory-razvitiya.html>. — Дата доступу: 10.02.2016.

*Д.Г. Короткая
БГЭУ (Мінск)*

ЧЕЛОВЕЧЕСКИЙ ФАКТОР РЕСТОРАННОГО БИЗНЕСА

Сфера общественного питания является одним из быстро развивающихся сегментов бизнеса как во всем мире, так и в Республике Беларусь. Многочисленные рестораны, кафе и бары открываются каждый год. Особенно это касается сетевых объектов быстрого питания с уже сложившимися стандартами работы. Но что происходит с настоящими ресторанами, теми, в которых гость может попробовать изысканные авторские блюда, выбрать хорошее вино из богатой винной карты, получить первоклассное обслуживание? Теми, которые мы можем увидеть только заграницей?

Согласно статистической отчетности за период с 2005 по 2014 г. наблюдается устойчивое снижение доли ресторанов в общей совокупности объектов общественного питания Республики Беларусь [4].

Ведется много разговоров о том, что причины неудач ресторанныго бизнеса (речь идет о ресторанах высокого класса) в Беларуси связаны с... Беларусью. Дело в том, что среди факторов, негативно влияющих на развитие объектов общественного питания, выделяют экономическую ситуацию в стране (вернее затянувшийся экономический кризис), который ведет к росту цен, снижению реальной заработной платы и препятствует успешному бизнесу. Также отмечается сложное по сравнению с другими странами законодательство в сфере торговли и общественного питания (составление заборных листов, технологических карт). Еще одна проблема — сложность закупки отдельных