

Важным инструментом также является блоггинг. С появлением YouTube блогеры начали собирать подписчиков, постепенно увеличивая свою сферу влияния. Блоги и социальные сети сегодня оказывают огромное воздействие на формирование общественного мнения, большее, чем традиционные СМИ. Это означает, что очень важно сделать видеоролик ведомым, загружая его во всевозможные социальные сети и платформы.

Таким образом, качественно снятое видео, информативное, обладающее смысловой нагрузкой и эффектом привлечения, при условии грамотного продвижения с использованием всех возможных инструментов сети Интернет — это ключ к дальнейшему развитию и успешному росту национального туризма.

Литература

1. Топ-30 сайтов по охвату в Беларуси [Электронный ресурс] // Marketing.by. — Режим доступа: <http://marketing.by/analitika/top-30-saytov-po-okhvatu-v-belarusi/>. — Дата доступа: 06.04.2017.
2. «Захотелось снять что-то прикольное, человеческое, живое» — минчанин создал видео о лучшей стороне любимого города [Электронный ресурс] // Онлайнер. — Режим доступа: <https://realt.onliner.by/2015/10/02/minsk-43>. — Дата доступа: 05.04.2017.
3. Новый промо-ролик о Беларуси: легенда о папараць-кветке, два Минска и одинокий рыцарь в лесу [Электронный ресурс] // Комсомольская правда. — Режим доступа: <http://www.kp.by/daily/26634/3652993/>. — Дата доступа: 06.04.2017.

М.В. Козловская
БГЭУ (Минск)

Научный руководитель **Е.Ф. Волонцевич** — канд. экон. наук

ФОРМАТ СЕМЕЙНОГО РЕСТОРАНА: ОСОБЕННОСТИ ПРИСУТСТВИЯ И ВОЗМОЖНОСТИ РАСШИРЕНИЯ НА ОТЕЧЕСТВЕННОМ РЫНКЕ

Сегодня рестораторы всего мира стремятся расширить ассортимент предоставляемых услуг и, казалось бы, готовы к любым пожеланиям клиента, однако в формате семейного ресторана далеко не все так радужно. Ответ на вопрос «что такое семейный ресторан?» неоднозначен, четко сформулированного понятия не существует. По общему определению это ресторан, специализирующийся на предоставлении услуг для отдыха семей с детьми: специальное детское меню, игровая комната, развлекательная программа для всех членов семьи. Это требует специального оборудования, посуды, персонала.

В Беларуси рестораторы, как правило, стараются хотя бы минимально уделить внимание ребенку (сувенир при входе, карандаши и

раскраски), а в некоторых заведениях имеются аниматор или так называемый baby sitter, детская комната. Есть первые примеры комплексного подхода — «кафе для всей семьи» Family Club, где даже есть возможность привезти коляску с собой в зал. Тем не менее пока что нельзя утверждать, что в Беларуси есть заведения, которые с полной уверенностью могут называться «семейным рестораном» или «детским кафе». Подобная проблема вызвана рядом причин. К примеру, тем, что обеспечение досуга ребенка — процесс, требующий многогранного рассмотрения. Достаточно сложно учесть все нюансы и интересы всей семьи, что заставляет рестораторов оставить данный сегмент без должного внимания.

В зарубежной практике формат семейного ресторана более сформирован: практически в любом заведении помимо детского меню и игровой комнаты можно найти пеленальный столик, специальную мебель; официанты рады видеть маленьких гостей, а интерьер и планировка позволяют ребенку играть. Вместе с тем и там есть недостатки: встречается ограничение времени прихода с детьми, неадаптированное меню. При наборе в поисковой системе «kids-friendly restaurant» с добавлением названия европейского города, обнаруживается, что даже в Лондоне и Париже подобных заведений не многим более 20. Как ни странно, наилучшим образом ориентированы на семьи с детьми сети фастфуда.

Ввиду относительной развитости в Европе данного направления наиболее предпочтительным для его расширения в нашей стране видится франчайзинг. На сайте ассоциации франчайзеров и франчайзи Беларуси нами было найдено только одно заведение, предлагающее детскую игровую комнату — немецкий ресторан быстрого обслуживания «Grillmaster» [1]. Поэтому мы считаем, что стоит искать возможности приобретения франшизы среди иных, пока что не востребованных в нашей стране заведений, расположенных за рубежом.

В настоящее время не существует крупных сетей кафе и ресторанов для всей семьи, что обусловлено узостью формата. Однако за рубежом существуют все-таки подобные сети. К примеру, в США сеть ресторанов «Claim Jumper» (45 ресторанов в 8 штатах). Здесь гостям предлагают необходимую материально-техническую базу, хорошо подобранное детское меню, есть возможность интерактивного участия в приготовлении блюд, уж не говоря о приветственном бесплатном соке и фруктах [2]. Еще один пример, ниже уровнем, но более близкий к нам территориально — сеть кафе «Sphinx» (Польша), включающая около 100 точек. В нем также есть игровая комната с аниматором, разнообразное детское меню, мебель, различные подарки для маленьких посетителей. Можно заполнить специальный формуляр и стать полноправным членом «клуба друзей», который ежегодно (до 12 лет) поздравляет ребенка с днем рождения, дарит подарки, предоставляет скидки на организацию дня рождения и позволяет участвовать в акциях от кафе [3].

Таким образом, можно сказать, что такой нестандартный формат, как семейный ресторан, постепенно набирает обороты в нашей стране,

однако требуется длительная работа над обслуживанием и предоставляемыми услугами. Такой способ расширения, как франчайзинг, позволит быстрее насытить рынок и лучше удовлетворить желания потребителя.

Литература

1. Ассоциация франчайзеров и франчайзи «Белфранчайзинг» [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <http://belfranchising.by/>. — Дата доступа: 02.04.2017.
2. Claim Jumper. Restaurant & Saloon [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <http://claimjumper.com/>. — Дата доступа: 02.04.2017.
3. Sphinx [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <http://www.sphinx.pl/>. — Дата доступа: 02.04.2017.

Е.В. Леонова, Ю.Ю. Руденкова

БГУУ (Минск)

Научный руководитель П.А. Литвинов

АКТУАЛЬНОСТЬ МОБИЛЬНЫХ ПРИЛОЖЕНИЙ В ТУРИЗМЕ

Мы живем в современном высокодинамичном мире. В век информатизации социума именно IT-технологии позволяют сэкономить максимум времени. Вместе с тем жизнь в ускоренном темпе утомляет человеческий организм, что вызывает потребность в рекреации, увеличивающуюся с каждым годом. Этим обусловлены и масштабы развития туризма последних десятилетий, в том числе технологичность организации путешествия. Во время планирования поездки возникают такие трудности, как выбор странового направления, средств размещения, бронирование билетов, языковой барьер. Благодаря современным технологиям с данными проблемами помогают справиться мобильные приложения.

Мобильные технологии играют очень важную роль в туристической сфере. Эксперты выделяют следующие основные катализаторы рынка разработки мобильных приложений: рост мобильного потребления; рост мобильной рекламы; стимулирование данного рынка со стороны владельцев платформ, таких как Google, Apple, Microsoft; достаточно высоки бюджеты на разработку. Среди немногочисленных барьеров роста рынка мобильных приложений эксперты выделяют только два пункта: неосведомленность пользователей и сложность оплаты.

Актуальность мобильных приложений в сфере туризма обусловлена тем, что в настоящее время примерно 65 % туристов предпочитают планировать маршрут поездки с помощью мобильных приложений; около 75 % туристов используют как минимум одно мобильное прило-