

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-

жение во время своей поездки; мобильные приложения для путешествий занимают 7-е место по количеству скачиваний среди всех существующих приложений; большинство бизнесменов (около 70 %) заказывают авиабилеты и бронируют отели через мобильные приложения [1].

Топ-10 мобильных приложений: Google Maps, Booking.com, Google Translate, Foursquare, TripAdvisor, Skyscanner, Evernote, Wi-Fi Map, TripIt, XE Currency. Приложения дают возможность пользователю забронировать номер в отеле, купить авиабилет, спланировать свой маршрут путешествия, почитать о достопримечательностях места предстоящего визита, а также поговорить с местными жителями на их языке, используя интерактивного переводчика.

Авторами предложена идея мобильного приложения — *Travelling Diary*. Приложение рассчитано на то, чтобы помогать туристу на всех этапах путешествия — начиная от списка необходимых вещей и заканчивая функциями, позволяющими сохранить фотографии и воспоминания о поездке. В данном приложении клиент сможет делиться своими впечатлениями, добавлять фотографии, а также записывать свои финансовые операции, чтобы знать свои расходы и сумму остатка. Еще одной полезной функцией подобного приложения будут сообщения-напоминания о предстоящих экскурсиях и других мест назначения, отмеченных на карте заранее.

Таким образом, актуальность мобильных приложений в туризме очевидна. Сфера IT-технологий развивается все динамичнее, и существует перспектива замены смартфонами ноутбуков и ПК, ведь это намного удобней и практичней. Мобильные приложения помогают туристам находить более удобные пути для удовлетворения своих потребностей во время поездок и их планирования.

Литература

1. Разработка мобильных приложений для сферы туризма: решения для Вашего бизнеса [Электронный ресурс] / Smartum.pro. — Режим доступа: <http://smartum.pro/ru/blog-ru/razrabotka-mobilnykh-prilozheniy-dlya-turizma/>. — Дата доступа: 06.04.2017.

Д.В. Махнач
БГЭУ (Минск)

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

АНИМАЦИОННО-ДОСУГОВАЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ КАК ФАКТОР ПОВЫШЕНИЯ ЭКОНОМИЧЕСКОЙ ЭФФЕКТИВНОСТИ САНАТОРИЕВ

Санаторно-курортные организации Беларуси уже осознали тот факт, что санаторий не только медицинское учреждение, но и туристическое. Благодаря комплексному подходу в создании санаторно-курортной