

III круг: Гродно — Большая Берестовица — Гнезно — Зельва — Сынковичи — Гродно.

Первые два круга предусматривают двухдневное ознакомление с объектами показа, третий — однодневное. Особенностью данных маршрутов является их привязанность к основным центрам туристской активности, к крупным городам, а также возможность их разнообразного сочетания. Северный круг может быть предложен отдыхающим в Браславском национальном парке. Центральный круг ставит своей задачей знакомство жителей Минска и гостей столицы с неоготическим наследием Западной Беларуси. Ту же задачу, но для жителей и гостей Гродно преследует и западный круг, который является как бы продолжением центрального.

Среди наиболее ярких объектов на маршрутах можно отметить костел в Сарье (Верхнедвинский район) как один из немногих примеров “пламенеющей готики” в Беларуси, костелы Св. Антония Падуанского в Поставах и Пресвятой Троицы в Видзах (Браславский район). Центральный круг знакомит экскурсантов с костелом Пресвятой Троицы в Гервях (Островецкий район), а также целой россыпью неоготических жемчужин в районе Ивья. Основные памятники западного круга — это Благовещенский костел в Мижеричах (Зельвенский район) и костел Девы Марии в Зельве.

Для более полной иллюстрации преемственности и переосмысления традиций в архитектуре в маршруты включены такие памятники белорусской средневековой готики, как церкви оборонительного типа в Сынковичах (Зельвенский район) и Мурованке (Щучинский район), а также Михайловский костел в Гнезно (Волковысский район).

Охватывая значительную часть Западной и Северной Беларуси, данные маршруты позволяют совмещать свою основную тематику с богатейшим краеведческим материалом о наиболее интересных местах нашей страны, что представляет определенный интерес для организации туристско-экскурсионного обслуживания.

<http://edoc.bseu.by>

Л.В. Васильева,
студентка БГЭУ (Минск)

МЕЖДУНАРОДНЫЙ ОПЫТ УПРАВЛЕНИЯ ПРЕДПРИЯТИЯМИ СФЕРЫ ГОСТЕПРИИМСТВА

Начать собственный бизнес — эта идея привлекала, привлекает и будет привлекать многих бизнесменов. Однако у каждого двух

предпринимателей из трех начинающих дело заканчивается неудачей в течение первых пяти лет.

Одним из путей уменьшения влияния факторов риска является участие в совместном предприятии, использование надежной системы финансового контроля, предложение того, что приемлет рынок.

В международной практике, управление предприятиями может осуществляться различными способами, одним из которых является договор франчайзинга. Система договорных отношений франчайзинга чрезвычайно многообразна. В литературе выделяют две формы:

- вторая форма намного сложнее по содержанию: франчайзополучатель не просто выступает под торговой маркой франчайзера и реализует его продукцию и услуги, но и включается в полный производственно-хозяйственный цикл крупной корпорации, выполняя равные с ней требования технологического процесса, качества, обучения персонала, выполнения плана продаж, оперативной отчетности. Эта форма предусматривает, безусловно весьма тесный контакт франчайзера и оператора и постоянный обмен информацией, детальную регламентацию деятельности и высокую степень ответственности мелкой фирмы. Применение такой формы характерно для предприятий сферы гостеприимства.

Начиная с середины XX века, данная форма франчайзинга стала одной из главных стратегий роста и развития гостиниц и ресторанов по всему миру.

Бесспорно, франчайзинг не стал бы распространенной формой договорных отношений, если бы не был в первую очередь выгоден крупному и мелкому бизнесу.

Использование данного вида соглашений в сфере гостеприимства в нашей стране может внести свою лепту в формирование конкурентоспособного туристического рынка Республики Беларусь.

Целесообразность внедрения франчайзинговых договоров в отечественный рынок услуг очевидна, однако возникает вопрос: а есть ли предпосылки (социальные, экономические, а главное — правовые) для создания подобных соглашений? Ответ: есть, но какие...

Что касается правового аспекта, то, к сожалению, нельзя не отметить тот факт, что белорусское законодательство о предпринимательстве не является пока еще стройной и всеохватывающей системой.

В то же время, наличие социальных предпосылок, а именно — возрождение предпринимательского духа — говорит о реальности внедрения франчайзинга на белорусском рынке товаров и услуг.

Таким образом, подводя некоторые итоги, остается отметить лишь, что франчайзинг возможен в нашей стране, а главное нужен,

однако этот процесс потребует времени, а главное большого желания как со стороны белорусских предпринимателей, так и со стороны иностранных партнеров ближнего и дальнего зарубежья, при соответствующей правовой базе в Республике Беларусь.

<http://edoc.bseu.by>

Н.П. Карнеева,
студентка БГЭУ (Минск)

РАЗВИТИЕ ТУРИЗМА В КИТАЕ

Китай — огромная страна с обилием туристических ресурсов. Страна изобилует достопримечательностями и памятниками старины, славится живописным рельефом и этнографическим многообразием.

Таким образом, условиями широкого развития туристического бизнеса в Китае является наличие исторически сложившихся туристических центров, в прилегающих территориях которых можно создавать зоны отдыха. Быстрому разрастанию туристических центров способствует наличие шоссейных дорог. Китай активно использует ярмарки, фестивали, выставки для привлечения туристов.

В области туризма Китай придерживается политики активного привлечения иностранных инвестиций. Для инвесторов открыты сферы транспорта, жилья, питания, розничной торговли, развлечений и экскурсий, поощряется вложение инвестиций в освоение туристических ресурсов. Местные правительства разработали установки, предусматривающие льготы для строителей объектов туристического назначения. Поэтому иностранные инвестиции играют здесь большую роль в развитии туризма.

Вступая в ряды развитых туристических стран, Китай совершенствует формы и содержание туризма, улучшает качество сервиса. По предварительным подсчетам к 2020 г. Китай станет четвертой крупной страной по потоку туристов и первой в мире по популярности туристическим центром.

<http://edoc.bseu.by>

Н.В. Прокопчик,
студентка БГЭУ (Минск)

АНАЛИЗ ТЕНДЕНЦИЙ РАЗВИТИЯ РЫНКА ТУРИСТСКИХ УСЛУГ В РЕСПУБЛИКЕ БЕЛАРУСЬ

В ходе анализа туристической отрасли в данной работе дается оценка ее современного состояния, выявляются проблемы и пути