

с природными и историко-культурными достопримечательностями, музеями, театрами, традициями, которые зависят от специфики ресурсного потенциала региона. Также необходимо организовывать различные тематические развлекательные мероприятия на основе нематериального наследия страны. Это может быть разработка анимационных программ и театрализованных постановок, проведение различных фестивалей, ярмарок, организация сезонных народных праздников, а также приезд передвижных театров, цирков и т.д. Немаловажное значение имеет создание экологических туров. Большие перспективы представляет создание орнитологических туров (birdwatching), спрос на которые постоянно растет. Таким образом, создание туров различной тематики в санаторно-курортных учреждениях будет способствовать повышению привлекательности отдыха благодаря более насыщенному досугу. Ведь эффективность оздоровительного туризма означает рациональное совмещение оздоровления и культурного отдыха. Необходимо расширять спектр предлагаемых услуг, разрабатывать различные анимационные программы.

<http://edoc.bseu.by:8080/>

А.А. Салангина
БГЭУ (Минск)

Научный руководитель Е.Ф. Волонцевич
(канд. экон. наук, доцент)

СРАВНИТЕЛЬНЫЙ АНАЛИЗ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ФРАНЧАЙЗИНГОВЫХ СЕТЕЙ В ТУРИСТСКОЙ ИНДУСТРИИ РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ

Франчайзинг, как метод организации и ведения бизнеса, широко распространился в последние десятилетия XX в. в странах с самым различным уровнем экономического развития. Франчайзинг — это схема функционирования бизнеса, в которой одна организация (франчайзер) передает другой организации (франчайзи) право на продажу товаров и услуг первой организации. Франчайзер получает дополнительные доходы и повышает узнаваемость бренда, франчайзи — эффективное начало нового бизнеса, дополнительное субсидирование и привлечение клиентов. В то же время франчайзер берет на себя расходы на организацию работы сети и репутационные риски, а франчайзи должен строго соответствовать стандартам сети, оплачивать роялти и представлять право полного контроля своей деятельности франчайзеру. В туристической индустрии Республики Беларусь можно выделить следующие виды франчайзинга:

- 1) работа под монобрендом, обычно крупного туроператора, и франчайзи должен в первую очередь продавать туры данного оператора;
- 2) работа во франчайзинговой сети агентств, и франчайзи может работать с любым из операторов.

К франчайзерам первого вида относятся: Tez Tour, Coral Travel, Natalie Tours, ТОП-тур. К франчайзерам второго вида относятся сети турагентств: Oranjet; Sletat.ru; Сеть магазинов горящих путевок; Агентство пляжного отдыха «Велл»; СМОК Тревел; География. Общее количество франчайзи туроператоров — 18 (Tez Tour — 12, Coral Travel — 5, ТОП-тур — 1, Natalie Tours — 0). Общее количество франчайзи турагентств — 10 (Oranjet — 4, Sletat.ru — 2; Сеть магазинов горящих путевок — 3; Агентство пляжного отдыха «Велл» — 2; СМОК Тревел — 1; География — 1). В целом можно сказать, что франчайзинговая сеть в туристской индустрии Беларуси развита недостаточно, о чем свидетельствует общее небольшое количество франчайзеров и франчайзи. Основными сдерживающими факторами является недостаточное развитие законодательной базы и неготовность турагентств работать в строгом соответствии с требованиями франчайзинговых сетей. Основными франчайзерами в туристской индустрии Республики Беларусь на данный момент являются крупные международные туроператоры Tez Tour и Coral Travel. Основными отличиями франчайзеров являются опыт работы на белорусском рынке и метод оплаты роялти (по объему продаж у Tez Tour и фиксированная сумма у Coral Travel). Стоит отметить, что за последние годы количество франчайзинговых сетей турагентств заметно сократилось с 25 в 2014 г. до 13 в 2018 г. Данная тенденция связана с тем, что большинство франчайзеров-турагентов берут свои корни в России, в туристической отрасли произошли серьезные оптимизации в пользу ужесточения требований к франчайзи и массовым выходом турагентств из сетей. В этой ситуации на развитие франчайзинга в Республике Беларусь положительно повлияло наличие крупных туроператоров, которые имеют превосходную репутацию стабильных партнеров на протяжении многих лет. Таким образом, можно сделать вывод о том, что франчайзинг как эффективная модель ведения бизнеса в туристской индустрии Республики Беларусь находится на начальной ступени своего развития и имеет огромный потенциал для дальнейшего роста.

С.В. Салыхова

БГЭУ (Минск)

Научный руководитель Н.В. Савина

(канд. филол. наук, доцент)

ЭКСКУРСИОННОЕ ОБСЛУЖИВАНИЕ ОТЕЧЕСТВЕННЫХ И ИНОСТРАННЫХ ТУРИСТОВ В ДЕСТИНАЦИИ ГОРОДА АШХАБАД, ТУРКМЕНИСТАН

Туризм в Туркменистане — одна из отраслей экономики, которая стремительно развивается в последние годы. Среди приоритетных направлений развития туризма в стране выделен культурно-познавательный экскурсионный туризм. Акцент расставлен на региональные прог-