

Таким образом, данная модель предполагает создание уникального гостиничного продукта, отвечающего самым взыскательным требованиям и способствующего развитию инфраструктуры.

М.Л. Папковская
БГЭУ (Минск)

ИСПОЛЬЗОВАНИЕ ПОЗНАВАТЕЛЬНЫХ РЕСУРСОВ г. МИНСКА ДЛЯ РАЗВИТИЯ ТУРИЗМА В РЕСПУБЛИКЕ БЕЛАРУСЬ

В настоящее время туризм является крупным сектором экономики. Являясь каналом перераспределения национального дохода, он выступает в роли катализатора ускоренного развития экономики региона. Позитивное воздействие туризма и значение его для развития и роста страны заключаются в возможности быстрого оборота капитала, создании дополнительных рабочих мест, развитии коммуникационных систем и как следствие — в росте уровня жизни населения. На мой взгляд, говоря о проблемах и перспективах экономического развития нашей страны, нельзя оставлять без внимания такой сектор экономики, как туризм. Необходимо выделить наиболее приоритетные направления: внутренний и въездной туризм. В рамках каждой страны внутренний туризм способствует стабильному положению национальной экономики, росту и развитию местной инфраструктуры. Въездной туризм — дополнительный приток капитала, рост занятости населения, государственный доход.

Путешествуя, любой турист преследует определенные цели, стремится получить положительные эмоции и удовлетворить свои потребности. Каждая страна, регион, город в большей или меньшей степени обладают комплексом объектов туристского интереса. Говоря о г. Минске — столице Республики Беларусь — можно выделить ряд мест, привлекающих как иностранных, так и отечественных туристов. Очевидно, что на первые позиции в таком списке выйдут комплексы, предоставляющие возможность удовлетворить познавательный интерес туриста, такие как архитектурные и культурные памятники, музеи, выставки, парки, театры, цирк, национальные праздники, национальная кухня и др. Рассматривая подробно каждый из объектов познавательного интереса в г. Минске, можно проанализировать вкусы и предпочтения различных групп туристов, посещающих город, выделить временные рамки привлекательности объектов, дать им характеристику и рекомендации по их состоянию и проведенной работе.

К сожалению, на сегодняшний день, используя познавательные ресурсы г. Минска, можно задержать туриста как максимум на 3—4 дня. Кроме того, порой этих впечатлений приезжающим достаточно на ближайшие несколько лет либо на всю оставшуюся жизнь. Перед работниками туристской отрасли постоянно стоит проблема, чему уделить большее внимание, что усовершенствовать, как заставить иностранных туристов не только единожды посетить столицу Республики Беларусь, но и стать постоянным ее гостем. Разрешая эту проблему, мало только сетовать на недостаточное количество и качество объектов познавательного интереса, здесь большую роль играет уровень развития туристской индустрии в целом, результат работы каждого предприятия.

Для анализа положения г. Минска на туристском рынке, изучения и выявления предпосылок возникновения туристских потоков предлагается следующая схема:

- анализ рынка туристских ресурсов г. Минска;
- особенности туризма в г. Минске (преобладающие виды и формы, сезонность, основные цели посещения);
- изучение туристских потоков в г. Минск, их структура;
- вывод, рекомендации относительно сложившейся ситуации на туристском рынке;
- перспективы развития туристской индустрии и туризма как отрасли экономики в г. Минске.

О.С. Соловьева
БГЭУ (Минск)

ФРАНЧАЙЗИНГ КАК ПРОГРЕССИВНАЯ ФОРМА ОРГАНИЗАЦИИ РЕСТОРАННОГО И ГОСТИНИЧНОГО БИЗНЕСА

Термин “франчайзинг” в современном понимании означает систему договорных отношений между крупными и мелкими самостоятельными предприятиями, при которой последние получают право на производство и реализацию от имени и под торговой маркой крупной фирмы определенного вида товаров и услуг.

МАФ выделяет 70 отраслей хозяйства, в которых можно использовать методы франчайзинга: бухгалтерский учет, авторемонт, книжные магазины, услуги по трудоустройству, строительство и, конечно же, ресторанный и гостиничный бизнес. Крупнейшей компанией, занимающейся франчайзингом в гостиничной индустрии, считается Hospitality Franchise System, затем Choice