

Список цитированных источников

1. Трегуб, И. В. Моделирование динамики цены биржевых инструментов на российском фондовом рынке методами технического анализа // Вестник Московского государственного университета леса – Лесной вестник. – 2005. – № 3 (39). – С. 156-170
2. Трегуб, И. В. Методика построения модели ARIMA для прогнозирования динамики временных рядов // Лесной вестник. – 2011. – № 5 (81). – С. 179-184.
3. Технический анализ финансовых рынков: учеб. пособие. – М.: ИНФРА-М, 2006. – 398 с. – (Учебники экономического факультета МГУ им. М. В. Ломоносова)
4. Морозов, А. Н. Технический анализ финансовых рынков: текст лекций / А. Н. Морозов; Ярославский государственный университет им. П. Г. Демидова. – Ярославль: ЯрГУ, 2012. – 56 с.
5. Фундаментальный анализ финансовых рынков. – СПб.: Питер, 2005. – 288 с.; ил. – (Серия «Школа валютных трейдеров»).

УДК 338.48(476.2)

Максимчик А. В.

Научный руководитель: ст. преподаватель, м.э.н. Скопец Г. Г.

РАЗВИТИЕ ТУРИСТИЧЕСКОГО ПОТЕНЦИАЛА РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ

Целью настоящей работы является выявление закономерностей и тенденций развития туристического потенциала Республики Беларусь.

Важнейшим связывающим государства звеном является туризм, который пронизывает едва ли не все сферы жизни страны и становится одной из ведущих отраслей экономики. Туристическая деятельность имеет тенденцию роста ввиду увеличения доходов населения, свободного времени, активности и мобильности туристов, развития инфраструктуры, транспортных услуг. Благодаря этому сектору экономики возрастает спрос на потребительские товары, создаются новые рабочие места, повышаются доходы и уровень жизни как людей, так и государства в целом. Ко всему прочему, временные выезды людей в другую страну или регион выполняют гуманитарные и социальные функции, к примеру, восстановление физических и эмоциональных сил, всестороннее развитие, познание мира и, как следствие, себя, развитие международных партнерских отношений.

Анализ территории Беларуси показывает, что страна, благодаря разнообразию туристских и рекреационных ресурсов, благоприятному географическому положению, активно развивающейся инфраструктуре, имеет значительный туристско-рекреационный потенциал. Однако имеют место и сдерживающие факторы развития туризма. Главным из них, в первую очередь для юго-восточных, наиболее благоприятных, для туризма территорий, является радиационное загрязнение [1].

В числе других проблем можно отметить в отдельных регионах недостаточно развитую инфраструктуру транспорта и размещения, слабую информационную базу о туристском продукте республики в целом, отсутствие конкурентоспособного брэнда, неравномерное распределение квалифицированных рабочих кадров, положение Беларуси на пересечении интересов стран-участниц НАТО и России и некоторые другие.

Факторами, повышающими совершенствование сферы туризма, являются ежегодно реализуемые программы развития туризма Республики Беларусь. Ещё одним стремительно развивающимся фактором является проведение фестивалей. Ежемесячно в различных уголках Беларуси привлекают внимание туристов, хорошо известные мероприятия: приуроченные ко Дню Незави-

симости, военные парады 3 июля, Международный фестиваль "Славянский базар в Витебске", в сентябре Международный фестиваль средневековой культуры "Новогрудский замок".

Особо нужно выделить концертные площадки замкового комплекса «Мир», где традиционно проводятся рыцарские фестивали, фестивали искусств и ремесленного творчества и пользующиеся особой популярностью «Музыкальные вечера в Мирском замке» (в 2017 году комплекс посетило около 300 тысяч туристов).

Наиболее успешными проектами на 2011-2015 годы стали оздоровительный туризм и агроэкотуризм, о чем свидетельствует опрос читателей престижного издания National Geographic Traveler, согласно которому, за Беларусь было отдано 24% голосов в номинации "Агроэкотуризм", а также заслуженное 5 место по категории "оздоровительный отдых".

Сейчас в республике работают около 2,3 тыс. агроусадеб. Отдых в деревне на лоне природы притягивает все больше иностранных туристов, которые знакомятся с нашими традициями и национальной культурой. Много сельских домиков для туристов находится на территории или вблизи национальных парков «Беловежская пуща», «Нарочанский», «Припятский».

Недавно появившимся в Беларуси, но уже пользующимся спросом, уникальным направлением является промышленный туризм. Известные крупные предприятия стали принимать у себя гостей. Выбор «достопримечательностей» велик: можно посмотреть, как собирают гигантские автомобили (БелАЗы), создают уникальные IT-программы («Мир танков»), вяжут популярнейший белорусский трикотаж и варят пиво по старинным рецептам, делают изумительные колбасы и мороженое, продегустировать все. В 2017 году на заводе Машинотракторного завода побывали более 1 200 человек, из них 275 иностранцев. Программы отличаются интересами посетителей: Участие в сборке для детей (с 12 лет) стоит 2,5 рубля, для взрослых – 5 рублей, для иностранцев – 9 рублей.

Ещё одним не менее важным событием стало подписание Указа Президента Беларуси №8 «Об установлении безвизового порядка въезда и выезда иностранных граждан» 12 февраля 2017 года. Приехать в Беларусь без визы на срок не более 5 суток могут граждане 39 стран Европы, включая весь Евросоюз, а также Бразилии, Индонезии, США, Японии и других государств. Этой возможностью уже воспользовались более 77 тыс. иностранцев.

Данные решения по безвизовому порядку пребывания иностранных туристов положительно отражаются на структуре туристического потока страны, решая проблему экспансии выездного туризма.

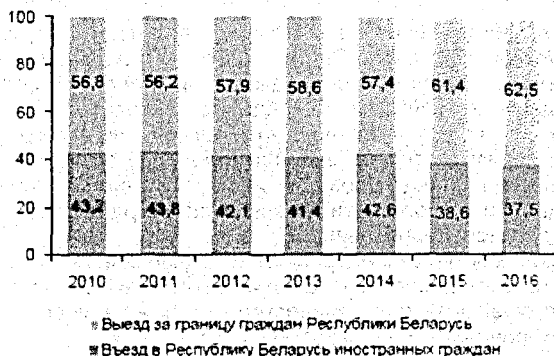


Рисунок 1 – Динамика структуры международных туристических потоков

С 1 января 2018 года у туристов появляется возможность безвизового въезда на территорию туристско-рекреационной зоны «Брест» (это Брест, Брестский, Жабинковский, Каменецкий и Пружанский районы Брестской области, Свислочский район Гродненской области), безвизовое пребывание для гостей на территории Гродно и всего Гродненского района продлевается на срок до 10 суток. В этих туристических дестинациях увеличивается количество пунктов пропуска для безвизового въезда в туристических целях иностранных граждан, в том числе за счет пунктов пропуска, расположенных на железнодорожных вокзалах и в аэропортах. Это создает хорошие перспективы также для развития региональных аэропортов в Бресте и Гродно [2].

2018 год объявлен Годом туризма Беларуси в Китае. Китайцы – одна из самых путешествующих наций. В прошлом году Россию, где действует безвизовый режим для организованных туристических групп из Китая, посетило около 1,2 млн китайцев. И если в Беларуси будет проведена хорошая работа с российскими партнерами по взаимному признанию визового и безвизового режима, страна может привлечь 10% этого потока.

Список цитированных источников

1. Гордеева, Л. В. Современное состояние и перспективы развития туризма в Республике Беларусь // Орфановские чтения. Выпуск 3: сборник статей по материалам Всероссийской научно-практической конференции «Орфановские чтения – 2015». – Нижний Новгород: Мининский университет, 2015. – С. 105-109.
2. Национальный олимпийский комитет Республики Беларусь [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.noc.by/news/belarus-po-itogam-2017-goda-uvlechit-dokhody-ot-turizma-na-chetverti/?print=y>. – Дата доступа: 05.05.2018.
3. Страница Министерства иностранных дел Республики Беларусь «Беларусь – страна в сердце Европы» <http://belarusfacts.by/ru/belarus/tourism/rbl/>. – Дата доступа: 02.05.2018.

УДК 334.021.1

Мальцева Д. И., Левонюк И. В.

Научный руководитель: Кацер А. А., Лазарчук И. М.

ФРАНЧАЙЗИНГ В РЕСПУБЛИКЕ БЕЛАРУСЬ

В настоящее время изучение франчайзинга является одним из актуальных вопросов белорусской экономики. Сегодня в Республике Беларусь уже никого не удивить товарами и услугами, обозначенными известнейшими товарными знаками таких фирм, как "Кока-кола", "Адидас", "Ксерокс", "Шелл", "МакДональдс" и многих других. Эти товарные знаки однозначно ассоциируются у нас с определенным производителем, имеющим высокую репутацию, и косвенно указывают на высокое качество товаров и услуг. Одним из эффективных каналов дистрибуции, по которому эти товары распространяются внутри стран и по всему миру, является франчайзинг.

Некоторые экономисты рассматривают франчайзинг как систему продвижения на рынке товаров и/или услуг, а также технологий, которая основана на тесном и продолжительном сотрудничестве между юридически и финансово независимыми сторонами – франчайзером и франчайзи.

При этом франчайзер – это крупная головная компания, которая передает определенные права, в том числе право пользования торговой маркой. Фран-