

грамму с дегустацией отдельных блюд или продуктов: колбас и копченостей, драников и сырников, ухи, клюквенного киселя, каравая, меда и чая на травах. В Дубое в 1920–1930 годы гостям усадьбы подавали свежий творог с кусочками фруктов и орехов, эту традицию легко можно возобновить с помощью агроусадьбы «Дубое над Пиной». Летом на Полесье были популярны лесные ягоды: черника, земляника, малина, иногда к ягодам подавалось молоко, а из клюквы делали вкусный кисель с добавлением сухофруктов. Таких несложных угощений много. К ним можно добавить экологически чистые свежие овощи, плоды и ягоды из сельских усадеб, что придаст маршруту новое звучание и колорит.

Для развития гастрономического туризма важны не только продукты и кулинарные традиции, но прежде всего оригинальные идеи. Он не требует больших вложений и способен привлечь на Полесье туристов из разных регионов и стран.

Список использованных источников

1. Гастрономический туризм [Электронный ресурс] / Режим доступа: <http://www.gastrotur.ru/gastronomicheskiy-turizm/>. – Дата доступа: 15.03.2016.
2. Этнаграфія Беларусі: Энцыкл. (Беларус. Сав. Энцыкл.; / Рэдкал.: І. П. Шамякін (гал. рэд.) і інш. – Мн.: БелСЭ, 1989 – 575 с.: – іл.
3. Этналогія Беларусі: традыцыйная культура насельніцтва ў гістарычнай перспектыве: вучэб. метадапам. / Т. А. Наваградскі [і інш.]. – Мінск : БДУ, 2009. – 335.: – іл.

УДК 338.48

К ВОПРОСУ О НАДЕЖНОСТИ ТУРОПЕРАТОРОВ В БЕЛАРУСИ

К.С. Рогацевич, 4 курс

*Научный руководитель – В.Н. Кременевская, преподаватель
Барановичский государственный университет*

Туризм является одним из наиболее динамичных явлений современного мира и, как результат, характеризуется колоссальными темпами роста. Развитие туризма в Республике Беларусь в настоящее время проходит достаточно умеренно. В стране появляется все больше туристических предприятий, которые предлагают широкий ассортимент туристических услуг, а это значит, что у потенциальных туристов расширяется выбор.

Сегодняшний турист намного тщательнее выбирает тот или иной тур, чем раньше. Ему становится интересно, кто и как разработал тур, какая репутация у компании, надежность. Кроме того, нередко подобные вопросы возникают и у представителей посольств, где туристические компании оформляют групповые визы. Поэтому возникает вопрос проверки надежности туроператора. Туристические предприятия всегда в ответе за тот туристический продукт, который предлагают [2, с.175].

Исследуя туристический рынок и спросы туристов, директор департамента по туризму Министерства спорта и туризма Республики Беларусь предложил создать реестр туристических организаций. Полагается, что данный реестр облегчит жизнь туристам [1]. Любой желающий, который захочет приобрести тур, сможет, не выходя из дома, зайти в базу туристических предприятий и узнать всю необходимую информацию. Данный реестр будет доступен каждому.

Так, например, в Российской Федерации в качестве фактора, регулирующего разрешительную систему в туризме, был введен Единый федеральный реестр туроператоров, в котором юридическому лицу, прошедшему проверку документации на соответствие требованиям законодательства, присваивается номер в государственном реестре, и тем самым подтверждается право на осуществление туроператорской деятельности на территории Российской Федерации. Единый федеральный реестр туроператоров представляет собой базу данных, в которой отражается вся информация о каждом туроператоре. Любой желающий на сайте Федерального агентства по туризму (http://www.russiatourism.ru/operators/advanced_search.php) имеет возможность узнать реестровый номер и полное наименование туроператора, место его нахождения, официальный сайт туроператора, идентификационный номер налогоплательщика (ИНН), государственный регистрационный номер, информацию о финансовом обеспечении и о сфере туроператорской деятельности. По состоянию на февраль 2016 г. в Едином федеральном реестре насчитывается 4166 туристических предприятий [3].

В Беларуси данное введение повысит доверие к компании со стороны туриста. Поэтому турфирмы должны показать, что умеют и способны работать с туристами [1]. При этом реестр турфирм станет основным препятствием для компаний–однодневок: чтобы проверить свое подозрение, туристу будет достаточно зайти на интернет–ресурс и проверить наличие компании в базе данных.

Предположительно в нашей стране реестр туроператоров должен выглядеть следующим образом: иметь информацию о полном наименовании туроператора, год создания туроператора, действующий телефон и адрес туроператора, реестровый номер, ИНН, государственный регистрационный номер, сайт туроператора, информацию о финансовом обеспечении, реестр должен включать возможность любого посетителя базы оставлять свою оценку (например, от 1 до 10) туроператору, и на основании этого в базе предусмотреть ежедневно обновляющуюся десятку лучших по рейтингу туроператоров.

В заключении хотелось бы отметить, что создание реестра позволит регулировать туристический рынок Беларуси. Реестр будет полезен как туристам, так и всем туроператорам. У наших туристов укрепится надежность, вера в то, что его не обманут. А это значит, что уменьшится риск ошибки с туром, риск того, что компания прогорит или исчезнет. Ведь надежность — это одно из важнейших потребительских качеств туристического продукта и соответственно одно из важнейших качеств, влияющих на имидж туристической компании. Выполняя обещанное клиентам, не допуская срывов в обслуживании — и так много лет — и положительный имидж туристическим компаниям, туроператорам и турагентам будет обеспечен.

Список использованных источников

1. В Беларуси создадут реестр туроператоров [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <http://tourismnews.by/post-5735/>. — Дата доступа: 15.02.2016.
2. Зорин, И.В. Туризм как вид деятельности: учебное пособие / И.В. Зорин, Т.П. Каверина. — М.: Финансы и статистика, 2005. — 288 с.
3. Поиск по реестру туроператоров Российской Федерации [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <http://russiatourism.ru/operators/>. — Дата доступа: 15.02.2016.

6163072 УДК

ПОНЯТИЕ, ОСОБЕННОСТИ И СВОЙСТВА ТУРИСТИЧЕСКОГО ПРОДУКТА

Е.А. Сенькевич, 5 курс

*Научный руководитель – Е.Н. Трус, магистр экономических наук
Барановичский государственный университет*

Изучение особенностей и свойств туристического продукта способствует созданию качественных туристических продуктов. Что позволяет вовлечь большое количество населения в туристические путешествия, а также способствует развитию туризма как приоритетной сферы экономики Республики Беларусь.

Результат деятельности туристических предприятий в виде услуг или их комплекса, предназначенный для продажи на рынке, обычно называют туристическим продуктом.

Тур является основным видом туристического продукта в той его форме, которая выступает на рынке туризма. Современный турист ищет на рынке не отдельные туристические услуги или товары, а наиболее оптимальное их сочетание, которое удовлетворит его потребности. Поэтому, тур можно определить как основной вид туристического продукта, представленного на туристическом рынке, производимый туристическими предприятиями и представляющий собой комплекс услуг или товаров туристического назначения, объединенных общей целью путешествия.

В Законе Республики Беларусь от 25 ноября 1999 года (с изменениями и дополнениями от 22 декабря 2011 г. № 326–3) «О туризме» сказано, что: «Тур – сформированный туроператором для реализации комплекс туристических услуг, включающий не менее двух из следующих трех видов услуг: по перевозке, размещению, иные туристические услуги (по питанию, организации туристического путешествия, экскурсионные и другие услуги), не являющиеся сопутствующими услугам по перевозке или размещению, позволяющие совершить туристическое путешествие» [3].

Турист при выборе тура, как правило, обращает внимание на соответствие количества и качества компонентов наполняющих тур. Следует отметить, что определение количества и качества услуг у каждого потребителя свое. Потребитель воспринимает туристическое предприятие, пред-