

## СЕКЦИЯ 10 ЭКОНОМИКА И УПРАВЛЕНИЕ ТУРИСТИЧЕСКОЙ ИНДУСТРИЕЙ

---

---

*Т. В. Булгак, Е. А. Моисеенко*  
Научный руководитель – П. А. Литвинов  
БГЭУ (Минск)

### РАЗВИТИЕ ТУРПОТЕНЦИАЛА МИНСКА НА ОСНОВЕ ПРИМЕНЕНИЯ КЛАСТЕРНОГО ОБСЛУЖИВАНИЯ

Современные воззрения на туризм должны отвечать условиям функционирования экономики рыночного типа, для которой характерно не столько развитие обособленных отраслей, сколько функционирование диверсифицированных межотраслевых комплексов. Для эффективного функционирования системы туризма как межотраслевого хозяйственного комплекса необходима единовременная работа предприятий различных сфер деятельности. С этой целью был введен особый подход к обслуживанию туриста в дестинации, названный впоследствии кластерным обслуживанием.

Кластерное обслуживание реализуется путем создания туристических кластеров, которые способны решить ряд важных задач, среди которых:

- рациональное использование природного потенциала региона;
- разработка маркетинговой стратегии продвижения турпродуктов и создание благоприятного имиджа региона;
- создание инвестиционных площадок для реализации механизмов государственно-частного партнерства и развития малого и среднего туристического бизнеса.

Таким образом, региональный туристический кластер позволяет повысить привлекательность территории для потенциальных туристов, снизить степень риска и неопределенности, получить технологические и организационные инновации, создать условия для результативного маркетинга и получения синергетического эффекта в развитии региональной экономики.

Применение кластерного обслуживания с целью развития туристического потенциала города находит свое воплощение в создании городской карт-системы. Карт-система города – это объединение в единый турпродукт услуг различных организаций и продажа туристам права на их потребление по сниженным ценам в виде специальной карточки.

В процессе изучения перспектив внедрения кластерного обслуживания в г. Минске авторами была разработана комплексная карта «Minsk City Card» и выбраны основные услуги, которые целесообразно включить в нее:

- пользование общественным транспортом;
- бесплатное посещение музеев;
- бесплатное участие в пешеходных экскурсиях;

- получение скидок (в кафе и ресторанах, при пользовании услугами проката транспорта и услугами индустрии развлечений);
- бесплатные информационные материалы.

Карточка может быть дифференцирована по времени пребывания в городе – 24 часа и 72 часа. Такой выбор действия позволит стимулировать более продолжительное пребывание туристов в городе.

Карт-системы имеют положительный эффект как для туриста и предприятия, предоставляющего услугу, входящую в карточку, так и для дестинации в целом. Для туриста – это возможность быстро познакомиться с городом, понять, какие услуги он предлагает, сориентироваться в его туристических ресурсах, а также возможность приобретения услуг со скидкой. Для предприятия – это отказ от создания конечного продукта для участия в торговом обращении и, следовательно, экономия на затратах, а масштабная реализация карточек турпродукта обеспечивает объемы, сопоставимые с оптовыми продажами. Для дестинации – это важнейший инструмент косвенного управления туристическим комплексом: малопосещаемые объекты туристической индустрии, включенные в карточку, повышают свою известность, а также работают на положительный образ дестинации в целом.

#### Список использованных источников

1. Тарасенок, А. И. Геоэкономика туризма: учеб. пособие / А. И. Тарасенок. – Минск; М., 2015.
2. Александрова, А. Ю. Туристские кластеры: содержание, границы, механизм функционирования / А. Ю. Александров // Экономические проблемы развития сервиса и туризма. – 2007. – № 2. – С. 51–61.

*Н. О. Козляковская*

Научный руководитель – Т. М. Сергеева  
БГЭУ (Минск)

## АНАЛИЗ ПРОЦЕССОВ БРОНИРОВАНИЯ В САНАТОРНО-КУРОРТНОМ СЕГМЕНТЕ ТУРИСТИЧЕСКОГО РЫНКА

Использование систем бронирования в санаторно-курортном сегменте ограничивается отечественными разработками. «Локальные» системы бронирования представлены либо версиями специализированных порталов о туризме и отдыхе (информационный центр по отдыху и лечению в Беларуси [www.globusbelarus.com](http://www.globusbelarus.com); интернет-портал белорусского туроператора ЧНПУП «Автоматизированные технологии туризма» «Sanatorii.by» [www.sanatorii.by](http://www.sanatorii.by); официальный туроператор чемпионата по хоккею 2014 г. «ЦЕНТРКУРОРТ» [www.otpusk.by](http://www.otpusk.by); туристический портал «Traveling.by» [www.traveling.by](http://www.traveling.by) и др.), либо собственными разработками белорусских санаторно-курортных организаций.