

витых странах. Это обусловлено утратой общественных представлений об собственных этнографических особенностях и постоянным ростом интереса к данной тематике. При этом состояние изучаемой проблемы в Беларуси находится на недостаточно высоком уровне в связи с означенными выше объективными факторами, а также традиционно слабым финансированием подобных проектов. В последнее время наблюдается рост интереса населения Республики Беларусь, а также зарубежных туристов к таким объектам, находящимся на территории страны, что согласуется с усилением интереса к отечественной истории. Также данное направление дает возможность выполнения задач, поставленных перед Министерством спорта и туризма, по повышению экспорта отечественных туристических услуг. Особую актуальность приобретают объекты и проекты, способные стать центрами туризма европейского уровня, обеспечивающими удовлетворение потребностей и запросов отечественных и зарубежных туристов в разнообразных видах и формах туристических услуг. Кроме того, не следует забывать о значительном экономическом и имиджевом эффекте, который дает так называемый культурный туризм. Таким образом, перспектива развития данного направления и его общественная, экономическая и государственная значимость несомненны.

*В.И. Малашенко, канд. пед. наук, доцент  
БГЭУ (Минск)*

## **ОСНОВНЫЕ НАПРАВЛЕНИЯ ИННОВАЦИОННОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ТУРИСТИЧЕСКИХ ПРЕДПРИЯТИЙ**

Чтобы удержаться на быстро меняющемся туристическом рынке, удовлетворить желания и запросы потребителей, необходима адекватная непрерывная деятельность туристического предприятия по созданию новых и качественному изменению старых туристических продуктов. Часто эта работа требует коренных изменений в самой турфирме, ее структуре, функциях, технологиях производства турпродуктов, системе управления, методах взаимодействия с партнерами и поставщиками услуг.

Потребность в инновациях может возникнуть у турфирмы под воздействием как внешних, так и внутренних факторов. Толчком в сторону преобразований могут стать обострение конкурентной борьбы, задача завоевания новых рынков, неблагоприятные условия труда, рост затрат и др.

В этой связи можно выделить основные направления инновационной деятельности туристических предприятий:

- создание и внедрение новых туристических продуктов и услуг;
- выход на новые рынки сбыта туристических услуг и товаров;
- задействование новых, ранее не использовавшихся туристических ресурсов;
- кардинальное изменение организации производства, технологий разработки и сбыта туристических продуктов;

- использование нового оборудования, техники и информационных технологий в оказании туристических услуг;
- глубокие организационные преобразования, реорганизация и модернизация системы управления;
- поиск новых источников финансирования, привлечение инвестиций, освоение новых видов предпринимательской деятельности, не связанных с туризмом;
- повышение качества профессиональной подготовки персонала, активное участие в соответствующих международных проектах;
- использование новых видов страхования туристов и туристической деятельности предприятий, создание специальных страховых фондов.

Можно предположить, что внедрение инноваций в сфере туризма будет сопряжено с определенными трудностями и потребует значительных усилий со стороны менеджмента туристических предприятий. Эти трудности связаны со значительными расходами и рисками турфирм, сопровождающими разработку и вывод на рынок новых туристических продуктов. Потребуется также изменить стереотипы поведения туристов и консервативность части руководителей подразделений и персонала. Инновации могут вызвать весьма серьезные проблемы, связанные с досрочным устареванием турпродуктов на рынке, а также необходимостью осуществления нововведений со стороны поставщиков отдельных услуг, без которых невозможно качественное обновление турпродуктов.

Препятствовать инновационной деятельности туристических предприятий может также их слабая материально-техническая база, неразвитость инфраструктуры, недостаток средств, ошибки в подборе поставщиков услуг и недостаток кооперационных связей с ними.

Для разработки и внедрения нововведений, устранения многочисленных барьеров на этом пути в туристической компании может быть создано специальное подразделение (проектная группа), которое должно быть обеспечено соответствующим оборудованием, технологией, подготовленными кадрами.

*И.И. Рифицкая, канд. психол. наук, доцент  
БГЭУ (Минск)*

## **ОБУЧЕНИЕ ПЕРСОНАЛА КАК УСЛОВИЕ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ ТУРИСТИЧЕСКОЙ ФИРМЫ**

На продвижение туристских услуг в условиях современного рынка существенно влияет эффективность выполнения сотрудниками их производственных функций. Успешное выполнение этих функций во многом зависит от уровня квалификации и профессиональной компетентности персонала компании. Сегодняшний сотрудник должен обладать стратегическим мышлением, предприимчивостью, широкой эрудицией, высокой культурой, способностью адаптироваться к непрерывным