

онного сервиса на рынке туристических услуг, оказать влияние на развитие внутреннего и въездного туризма.

Таким образом, экскурсионный сервис в качестве фактора действенного обслуживания потребителей туристических услуг следует рассматривать как комплекс мер, направленный на эффективно-качественную организацию, продвижение, оказание и перспективно-реализационную востребованность экскурсионных услуг с использованием инновационных форм обслуживания, обеспечивающих запросы, потребности, интересы и ожидания потенциальных клиентов предприятий туристической индустрии — туристов, экскурсантов, рекреантов.

*Т. М. Сергеева*  
*БГЭУ (Минск)*

## **ТУРИСТИЧЕСКИЙ КОНКУРЕНТНЫЙ ПОТЕНЦИАЛ РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ**

Для развития индустрии туризма в Республике Беларусь имеются все необходимые условия: туристические ресурсы, поддержка государства, концентрация туристической деятельности в определенном регионе. На сегодняшний день для формирования конкурентоспособного туристического рынка усилий по развитию только туристической индустрии недостаточно. Необходима реализация комплекса маркетинговых мероприятий, который позволит сделать въездной и внутренний туризм доходной составляющей экономики Республики Беларусь.

Учитывая предпочтения потребителей туристических услуг, складывающуюся конъюнктуру рынка и все благоприятные факторы и условия, можно разработать диверсифицированный конкурентоспособный национальный туристический продукт, включающий различные виды туризма и отдыха для привлечения иностранных посетителей: познавательный, экологический, оздоровительный, этнический, охотничий, спортивный, транзитный, деловой, религиозный, агротуризм и др. Очевидно, что развитие туризма в каждой стране должно основываться преимущественно на тех видах и формах туризма, которые позволяют максимально и комплексно использовать имеющийся туристический потенциал. При привлечении иностранных туристов нужно помнить, что их интересует не только комфорт, а в первую очередь — аутентика. Для Беларуси это, конечно же, богатая и красивая природа: леса, реки, озера. Интересны и местные обычаи, празднества, проводимые в сельской местности. Во многих регионах страны сохранены белорусские этнические культурные традиции, имеется большое количество коллективов самодеятельности. Ремесленничес-

кое дело передается из поколения в поколение. Важными являются совершенствование ценовой политики при создании белорусского турпродукта, способного конкурировать с соседними государствами, а также дальнейшее развитие системы управления туристическим комплексом и нормативной правовой базы.

Устойчивое развитие туризма — процесс длительной перспективы, требующий поступательных грамотных решений в краткосрочном периоде. Для этого необходимо проведение ряда мер. Среди них можно назвать разработку рекреационных и экскурсионных программ, формирование определенных традиций гостеприимства. Не последнее место занимает внедрение приемлемых стандартов обслуживания. Повышения качества оказания туристических услуг можно добиться и за счет более эффективного использования историко-культурного наследия, уникального природного потенциала, обеспечения их сохранности, особенно в малых городах и сельской местности, что актуально для Республики Беларусь. Среди прочего необходимо создание современной инфраструктуры гостиничного и санаторно-курортного хозяйств, соответствующей мировым стандартам.

Особое внимание следует уделить подготовке кадров в сфере туризма, повышению их профессионализма и уровня работы с гостями, также необходимым является внедрение нововведений и широкое использование информационных технологий, так как конкуренция в туризме приобретает международный характер. Высокое качество и быстрое обновление спектра услуг становятся в условиях современной экономики важнейшими факторами конкурентоспособности туристических организаций независимо от форм собственности. Поэтому для того чтобы конкурировать на международном рынке туристических услуг, в сферу туризма Беларуси необходимо активно внедрять инновационные технологии, современные формы и методы конкурентной борьбы.

Нельзя обходить стороной и развитие маркетинговой стратегии в сфере туризма. В настоящее время туристическим организациям нужно уделять должное внимание формированию прочных связей с потребителем, созданию круга постоянных клиентов. Для этого туристическим организациям необходимо использовать разнообразные маркетинговые коммуникации: не только рекламу и личные продажи, но и стимулирование сбыта, связи с общественностью, выставки и ярмарки, позволяющие стимулировать продвижение туристического продукта как на внутреннем, так и на внешнем рынках туризма.

В целом же туризм, развивающийся устойчиво, позволяет повысить доходы национальной экономики за счет не только сохранения и рационального использования культурного и природного наследия, но и увеличения количества рабочих мест, налоговых поступлений в бюджет, притока иностранной валюты. Более того, развитие сферы туризма позволяет стимулировать развитие других отраслей, укреплять здоровье населения, развивать инфраструктуру курортов, сохранять и приумножать культурное наследие и природные ресурсы страны.