

## Литература

1. Hay Group. Hay Job Evaluation: Foundations and Applications [Электронный ресурс] // Hay Group management consulting firm. — Режим доступа: <http://haygroup.com>. — Дата доступа: 20.02.2016.
2. Чемяков, В. П. Грейдинг: технология построения системы управления персоналом / В. П. Чемяков. — М. : Вершина, 2007.

*М.Д. Ивченко*  
*БГЭУ (Минск)*

## ИСПОЛЬЗОВАНИЕ ТУРИСТИЧЕСКИХ РЕСУРСОВ ДРЕВНЕЙ ТОЛОЧИНЩИНЫ В ПОЗНАВАТЕЛЬНЫХ ТУРАХ

Выбранная для исследования тема является актуальной. На развитие въездного и внутреннего туризма направлены указы Президента Республики Беларусь А.Г. Лукашенко, ряд нормативных и правовых документов. Толочинский район входит в Оршанско-Копыскую туристическую зону, обладает значимым ресурсным потенциалом благодаря наличию различных категорий объектов познавательного туризма.

Познавательный туризм — туристические поездки, путешествия, походы с целью посещения региона, местности, для ознакомления с памятниками истории и культуры, природы, бытом и традициями, народными ремеслами и промыслами и др.

Несмотря на то, что по Толочинскому району Отделом по физической культуре, спорте и туризме Толочинского райисполкома и Управлением спорта и туризма Витебского облисполкома организуются и проводятся экскурсии и туры, как показали исследования, далеко не все туристические ресурсы Толочинщины включены в предлагаемые экскурсионно-туристические маршруты.

Нами обоснована целесообразность использования туристических ресурсов, под которыми понимаются природные, социально-культурные объекты, в том числе недвижимые материальные историко-культурные ценности, удовлетворяющие духовные потребности туристов, экскурсантов и (или) содействующие укреплению и восстановлению их здоровья в познавательном туре «По древней живописной Толочинщине».

Познавательный тур включает историко-культурное наследие Друцка, старинную водяную мельницу в селе Каменно-Кривое, кирпичные столбы в деревне Зеленая и каменный крест в Голошево, храмы Толочина и парки «Юзефполье» и «Рацево», заказник «Скрипучево».

Данный тур, как показал опрос потенциальных клиентов, будет интересен и доступен по ценовому фактору как жителям Беларуси, так и иностранным гостям. В первую очередь среди нерезидентов

Республики Беларусь будут лидировать страны СНГ и страны-соседи. Самыми ожидаемыми иностранными туристами будут россияне, так как Толочинский район расположен довольно близко к границе с Российской Федерацией и отсутствуют таможенные барьеры между двумя странами. Тур также будет интересен и для туристов из таких стран, как Украина, Польша, Литва, Латвия и др.

Эффективным видом рекламы для продвижения на рынок разработанного тура видится реклама в сети Интернет, а именно в социальных сетях. Социальные сети Facebook, Twitter, Odnoklassniki и VKontakte — это интернет-медиаканалы, которые регулярно используются представителями молодого, среднего, а иногда и старшего поколения для общения, поиска новостей, музыки, фото, а с недавнего времени — товаров и услуг. К тому же этот способ еще и бесплатный, что экономически выгодно для туристических предприятий.

Социальный эффект от внедрения в деятельность туристических предприятий данного тура также важен. Одним из способов заинтересовать в сохранности имеющегося историко-культурного наследия и его использования в целях туризма является фотографирование туристических ресурсов и их последующее размещение в сети Интернет. В этом отношении особенно интересен сайт Д. Ивченко, именуемый «Фотоэнциклопедия Беларуси», а также такие сайты, как fotobel.by, globus.tut.by, radzima.org, belarus.by. Они направлены на знакомство посредством фотографий с достопримечательностями нашей страны, а также информацией об их месторасположении. Для современного человека знакомство с памятниками виртуальным способом чаще всего перерастает в желание увидеть их в реальной действительности, чему и способствуют познавательные туры.

*А.В. Кадаценко  
БГЭУ (Минск)*

## **ОРГАНИЗАЦИОННАЯ КУЛЬТУРА КАК ФАКТОР ПОВЫШЕНИЯ КАЧЕСТВА ПРЕДОСТАВЛЯЕМЫХ УСЛУГ В ГОСТИНИЦАХ**

Под организационной культурой понимается система убеждений, норм поведения, установок и ценностей, которые являются теми неписанными правилами, определяющими, как должны работать и вести себя люди в данной организации [1, с. 25].

Организационная культура охватывает все направления деятельности организации, а управление организационной культурой является одним из эффективных способов достижения целей организации. В сфере туризма важнейшей целью организации является постоянное повышение качества предоставляемых услуг.