

(обработки, переработки, исследования и т.п.); б) следствие, результат, порождение чего-нибудь" [1, с. 541].

Предложенное определение термина "продукт" современным исследователем туристского рынка А.П. Дуровичем звучит так: "Термин "продукт" отражает качество или суть конкретных и абстрактных вещей, например, пища, приготовленная поваром ресторана, или услуги гида, знакомящего туриста с данной местностью или музеем" [3, с. 79].

В сфере наших исследований под продуктом необходимо понимать результат человеческого труда, который может быть представлен материальной (вещественной), духовной или информационной формой, а также, что весьма существенно для нашего исследования, — в виде услуги.

Таким образом, на основе анализа теоретического наследия становления и развития экскурсионного дела, подтвержденного практической стороной жизни, а также исследования современных научных разработок можно предложить следующее определение экскурсионного продукта.

Экскурсионный продукт — это комплекс экскурсионных услуг, удовлетворяющий потребности туристов и экскурсантов в процессе познания окружающей действительности или ее искусственного воссоздания (*разработано авт.*).

Комплекс экскурсионных услуг можно рассматривать с точки зрения основных и дополнительных услуг.

В качестве основной услуги выступают услуги гида (экскурсовода) по непосредственному ведению экскурсии, в качестве дополнительных — услуги по подготовке и организации экскурсий, а также послеэкскурсионная работа.

Но как видно из вышесказанного, они представляют собой единое целое — экскурсионный продукт в широком смысле. Однако есть возможность вести речь об экскурсионном продукте в узком смысле — применительно к каждому конкретному виду экскурсии. С этой точки зрения и будут рассмотрены потребительские свойства экскурсионного продукта.

Успех того или иного экскурсионного продукта на рынке туризма определяется его потребительскими свойствами. Говоря о потребительских свойствах экскурсионного продукта как части продукта туристского, следует вести речь о совокупности различных элементов, способных удовлетворять запросы потребителя — экскурсанта, туриста.

Потребительские свойства экскурсионного продукта должны обеспечивать не только нужды и запросы экскурсанта (туриста), но и отвечать таким требованиям, как комфортность, комплексность, эргономичность, этичность, привлекательность.

Организацией же экскурсионно-познавательного туризма следует считать проведение экскурсий, экскурсионных поездок с посещением исторических, культурных, природных и иных объектов. В свою очередь, последнее можно считать реализацией экскурсионного продукта. Вследствие этого, его потребительские свойства необходимо рассматривать через призму классификационных признаков экскурсий и их тематики, т.е. через их (экскурсий) потребительские свойства.

Литература

1. Ожегов С.И. Словарь русского языка / Под ред. Н.Ю. Шведовой. М., 1984.
2. Сапунова В.Б. Туризм: эволюция, структура, маркетинг. М.: "Ось-89", 1997.
3. Дурович А.П., Копанев А.С. Маркетинг в туризме: Учеб. пособие / Под общ. ред. З.М. Горбылевой. Мн., 1998.
4. Семенов В.К. К вопросу о сущности экскурсионности. // Педагогическая мысль. 1923. № 5.

Т.М. Сергеева

Белорусский государственный экономический университет (Минск)

ВЛИЯНИЕ ГОСУДАРСТВЕННОЙ ПОЛИТИКИ НА РАЗВИТИЕ ТУРИЗМА В БЕЛАРУСИ

Государственная политика в сфере туризма это, прежде всего, туристская политика государства, совокупность мер и мероприятий юридического, политического, экономического, социального и другого характера с целью создания условий для развития туризма, регулирования и координации его деятельности. Туристская

политика государства рассматривается на международном и национальном уровнях. Государственная политика на международном уровне — это, прежде всего, сотрудничество, членство нашей страны в туристских организациях международного уровня. На национальном уровне туристская политика формируется государственным или общественным органом, ответственным за состояние и развитие отрасли в целом, — национальной туристской администрацией. В большинстве стран, добившихся значительных успехов в развитии туризма, существуют самостоятельные министерства туризма (Франция, Греция, Мексика, Египет и др.) или другие министерства, в которых туризм представлен как составная часть их деятельности (Польша, Кипр, Испания, Италия, Австрия и др.). В сфере разработки и реализации туристской политики НТА взаимодействует с законодательными и исполнительными органами власти на центральном и местном уровнях, с научно-исследовательскими организациями, туристскими ассоциациями и другими общественными организациями. В Республике Беларусь органом, ответственным за развитие туристской отрасли, является Министерство спорта и туризма, созданное в 1996 г. Регулирование и координация деятельности туристских предприятий осуществляется управлением туризма данного министерства, управлениями по физической культуре, спорту и туризму в областных, Минском городском исполкомах и другими местными органами власти.

Основными целями государственного регулирования туристской деятельностью являются: обеспечение прав граждан в сфере туризма; развитие туристской индустрии, обеспечивающей потребности туристов; повышение экономической эффективности отрасли; создание новых рабочих мест; развитие международных контактов; рациональное использование природного и культурно-исторического наследия; охрана окружающей среды.

Среди множества существующих способов государственного регулирования туризма следует выделить прежде всего такие, как: создание нормативно-правовой базы туризма; лицензирование и стандартизация отрасли, сертификация туристского продукта; защита прав туристов и поддержка национальных туроператоров и турагентов; содействие разработке и продвижению национального туристского продукта на внутреннем и международном туристских рынках; участие в процессе подготовки и переподготовки кадров для этой сферы; содействие развитию рыночных исследований в области туризма; бюджетное, кредитное, инвестиционное, налоговое и таможенное регулирование.

Согласно постановлению Совета Министров Республики Беларусь от 1 августа 2000 г. при Совете Министров Республики Беларусь создан Межведомственный экспертно-координационный совет по туризму. Совет формируется из представителей министерств, других республиканских органов государственного управления, местных исполнительных и распорядительных органов, туристских организаций. Межведомственный экспертно-координационный совет по туризму создан с целью «совершенствования взаимодействия государственных органов, общественных объединений, туристских предприятий и организаций Республики Беларусь по вопросам создания благоприятных условий для устойчивого развития туризма в республике, повышения его экономической эффективности, формирования здоровой конкурентной среды, защиты внутреннего рынка туристских услуг, а также для выработки рекомендаций по: проведению государственной политики в области туризма и развитию конкуренции путем привлечения и эффективного использования финансовых ресурсов для реализации соответствующих целевых программ, проектов, мероприятий; реализации международных программ и соглашений по вопросам поддержки и развития туризма; соблюдению интересов юридических лиц и индивидуальных предпринимателей в сфере туризма и потребителей туристского продукта и услуг».

Вопрос о состоянии, проблемах и путях развития туристской отрасли в Республике Беларусь поднимался также на одноименном семинаре-совещании в июле 2000 г. (организован МСиТ совместно с НТК «Белинтурист»). Заместитель министра спорта и туризма Ч.К. Шульга в своем докладе дал реальную оценку ситуации, в которой находится туристский бизнес сегодня. На семинаре были освещены вопросы, затрагивающие самые разные отрасли туризма: гостиничный бизнес, экскурсионно-методическая работа, въездной и внутренний туризм, налогообложение и многое другое. На совещании обсуждался проект концепции Национальной программы развития туристской отрасли на ближайшие пять лет. Цель программы развития туризма в Республике Беларусь — формирование и развитие в Республике Беларусь современного высокоэффективного и конкурентоспособного туристского комплекса, обеспе-

чивающего, с одной стороны, широкие возможности для удовлетворения потребностей отечественных и зарубежных туристов в туристских услугах, а с другой — значительный вклад в развитие экономики страны, в том числе за счет налоговых поступлений в бюджет, притока валютных средств, увеличения количества рабочих мест, сохранения и рационального использования культурно-исторического и природного наследия.

С.Л.Сергеюк

Белорусский государственный экономический университет (Минск)

ПРОФЕССИОНАЛЬНОЕ ОБРАЗОВАНИЕ И ПЕРЕПОДГОТОВКА ПЕРСОНАЛА В ГОСТИНИЦЕ

Для экономического успеха любого предприятия важно иметь квалифицированных сотрудников, поэтому сфере профессионального образования придается все большее значение. К профессиональному образованию относят все мероприятия по развитию персонала, которые предлагаются сотрудникам для повышения уровня их знаний, навыков. При этом различают профессиональное обучение и переподготовку (повышение квалификации). Профессиональное обучение, как правило, проводится и финансируется предприятием (например, гостиницей). Переподготовка дает общие знания, которые превосходят производственную сферу. Внутренние и внешние производственные мероприятия по обучению дополняются общедоступными курсами, которые сотрудник посещает за свои средства или с помощью финансовой поддержки работодателя.

Таким образом, профессиональное образование делят на профессиональное обучение, повышение квалификации и дополнительные общественные курсы, программы.

Профессиональное обучение — это основа для деятельности на предприятии. Во время обучения даются основные знания и необходимые для будущей работы навыки.

Вся деятельность и мероприятия, которые углубляют имеющееся профессиональное образование и приобретенные до этого знания, причисляются к сфере повышения квалификации (например, основанные на имеющемся образовании по гостиничному делу курсы о рассмотрении претензий, курсы по корректному приему заказов на бронирование по телефону и т.д.).

Предложение о повышении квалификации расширяется благодаря дополнительным образовательным мероприятиям, таким как практика, обучение на предприятии или мероприятия по переквалификации (например, администратор дополнительно к имеющемуся у него опыту работы в гостинице знакомится на практике с продажами).

При проведении профессионального образования и переподготовки рекомендуется систематический образ действий: вначале устанавливаются цели развития персонала, из которых вытекает потребность в развитии персонала, она же, в свою очередь, преобразовывается в соответствующие мероприятия по развитию. Обещающие успех мероприятия проводятся, а результаты анализируются с экономической и социальной точки зрения. На основе этого анализа появляются новые указания для будущих мероприятий по развитию персонала.

В настоящее время профессиональное образование в гостинице систематизируется по-новому. Специалист гостиницы знакомится со всеми сферами гостиничного дела. Например, первый год обучения он проводит в службе сервиса и обслуживания, знакомится с кухней, работает посыльным в швейцарской, в службе бронирования, в приемной и на телефонном коммутаторе. В конце своего обучения он изучает административную сферу и продажи.

Образование специалиста гостиницы очень широкое, однако в некоторых сферах не такое глубокое, как, например, образование работника ресторана, главной задачей которого является изучение сферы питания. После получения основного образования специалисту гостиницы предлагается для углубления знаний пройти практику в выбранной им службе. Преимущество такого обучения очевидно: после учебы все сферы гостиничного предприятия в равной мере открыты для специалиста гостиницы.