

существенного синергетического эффекта, выраженного в качестве роста сферы туризма.

Источники

1. *Новиков, В.С.* Инновации в туризме / В.С. Новиков. — М. : ИЦ «Академия», 2010. — С. 100–102.

Р. Халимулин

БГЭУ (Минск)

Научный руководитель — Е.Ф. Волонцевич, канд. экон. наук, доцент

РАЗВИТИЕ ГОСТИНИЧНОГО БИЗНЕСА В ТУРКМЕНИСТАНЕ

Туркменистан благодаря своему географическому расположению, наличию богатых природных ландшафтов, историко-археологических достопримечательностей, многочисленных древних памятников обладает колоссальным туристическим потенциалом. Страна придает важное значение вопросам развития национального туризма, предполагающего совершенствование и расширение объемов предоставляемых туристических услуг, повышение экономической эффективности отрасли и вывода на уровень ведущих мировых стран в сфере туристической индустрии.

Большая роль в формировании индустрии туризма в стране отводится Национальной туристической зоне «Аваза» — как международному центру курортного отдыха. В настоящее время здесь построены более 30 современных комфортабельных отелей, лечебно-оздоровительных комплексов, коттеджей, с современной транспортной инфраструктурой, которые способны принимать в летний период более 10 тыс. отдыхающих.

В соответствии с общепризнанными международными критериями, одним из основных социальных направлений программы развития национальной туристической индустрии представляется создание прочных предпосылок и реальных условий для удовлетворения потребностей иностранного туриста в организации активного увлекательного туризма и полноценного оздоровительного отдыха с предложением соответствующих сервисных услуг. Для обеспечения высококачественного сервиса необходимо уделять должное внимание вопросам подготовки кадров для этой сферы.

Успешная организация туристического бизнеса и привлечения иностранных туристов в страну во многом зависит от корпоративной культуры сотрудников и служащих туристических агентств, обслуживающего персонала гостиниц, туристических баз и прочих. Известно, что туристические фирмы с ярко выраженной корпоративной культу-

рой обычно не испытывают недостатка в клиентуре. Для этих целей при организации международного туризма большое внимание, как правило, уделяется формированию у обслуживающего персонала высокой корпоративной культуры. Сегодня в международном туризме практикуется бизнес-туризм. В его рамках организуются выездные конференции, стажировки за рубежом, семинары, тренинги, целевые специальные занятия с персоналом по правилам этикета, этики поведения, эстетики, культуры речи.

Наряду с высококачественным сервисом немаловажную роль в индустрии туризма играют цены и тарифы на туристские и сервисные услуги. В условиях развития конкуренции на рынке туристского бизнеса политика ценообразования становится одним из ключевых стратегических инструментов. С учетом этого представляется целесообразным и возможным при приеме иностранных туристов практиковать сезонную дифференциацию цен и тарифов на туристские услуги (так называемые сезонные «плавающие» цены). Помимо этого ввести в практику систему целевых скидок определенным категориям туристов — молодоженам, пенсионерам, постоянным клиентам и др.

Важное значение для привлечения туристов имеет налаживание эффективной рекламной деятельности. Следует организовать в социальных сетях активную профессиональную наглядную рекламу историко-культурных, археологических памятников и других уникальных достопримечательностей Туркменистана с доведением этой информации до потенциального туриста с привлечением к этим мероприятиям возможностей представительств Туркменистана в зарубежных странах. В этих же целях ввести в практику распространение рекламных буклетов о Национальной туристической зоне «Аваза», историко-археологических памятниках и других национальных достопримечательностях Туркменистана.

А.В. Хмельницкая, Н.В. Падера

БГЭУ (Минск)

Научный руководитель — Е.А. Баханович

ОЦЕНКА РАЗВИТИЯ МЕДИЦИНСКОГО ТУРИЗМА В РЕСПУБЛИКЕ БЕЛАРУСЬ

Последнее десятилетие характеризуется для Беларуси активным развитием новых туристических направлений, одним из которых является медицинский туризм. В Беларуси также есть необходимые ресурсы, чтобы стать региональным лидером в данной сфере: удобное для европейских туристов расположение страны, умеренный климат, развитая транспортная система, достаточно сильная медицинская