

- популяризации проектов «Культурная столица Беларуси», «Культурная столица СНГ»;
- внедрение новых форм проведения событийных мероприятий: «Сырные фестивали», «Яблочный фестиваль», «Вишневый фестиваль», «Пивные фестивали», «Большая бард-рыбалка», Международный кулинарный фестиваль Вкусного блога, Международные зимние соревнования по гонкам на ездовых собаках «Завіруха» и др.;
- расширении практики электронной реализации билетов на культурные мероприятия.

Справочно

В 2014 году реализована акция «Событийная Беларусь», направленная на популяризацию событийных и фестивальных мероприятий. Создан сайт Event Belarus.by («Событийная Беларусь»). Ежегодно формируется и издается календарь туристических событий.

Предлагаемые меры по развитию сферы туризма целесообразно реализовать в течение пяти лет. Это позволит с учетом реальных финансовых возможностей совершенствовать развитие въездного туризма как источника валютных поступлений в страну.

ИННОВАЦИОННЫЕ ПОДХОДЫ К ФОРМИРОВАНИЮ СОДЕРЖАНИЯ И ТЕХНОЛОГИИ ПРЕПОДАВАНИЯ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ «ОРГАНИЗАЦИЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ТУРИСТИЧЕСКИХ ПРЕДПРИЯТИЙ» ДЛЯ СТУДЕНТОВ И СЛУШАТЕЛЕЙ ТУРИСТИЧЕСКИХ СПЕЦИАЛЬНОСТЕЙ

Косяченко Г.П., канд. пед. наук,

Белорусский государственный университет физической культуры,

Сакун Л.В.,

Институт туризма Белорусского государственного университета физической культуры,
Республика Беларусь

Динамика современной жизни и деловой активности общества заставляет людей при планировании и организации своего отдыха обращаться к профессионалам туристической деятельности – туристическим предприятиям, которые являются важнейшим звеном в финансово-хозяйственной цепочке по организации и осуществлению на высоком качественном уровне туристических поездок, отдыха, рекреации.

Туристическая деятельность в Республике Беларусь является относительно молодой, с ярко выраженными источниками повышенной сложности управления туристическим бизнесом, такими, как: высокая степень неопределенности рыночной ситуации, сезонная нестабильность спроса на туристические услуги, нехватка финансовых ресурсов, отсутствие должной ориентации на клиента, невысокое качество туристического продукта и т. д.

Постоянно ужесточающаяся конкуренция в туристическом бизнесе ставит перед руководством предприятий задачи по «выживанию» и постоянному поиску оптимальных путей управления и развития бизнеса. В таких условиях туристическое предприятие не может ограничиваться только текущим планированием и оперативным управлением своей деятельностью, оно должно активно разрабатывать стратегии своей конкурентоспособности. Назрела необходимость стратегического подхода, который должен воплотиться в программу действий, уточняющую цели и средства реализации необходимой конкурентной политики на мировом туристическом рынке.

В связи с этим при преподавании учебной дисциплины «Организация деятельности туристических предприятий» для студентов и слушателей туристических специальностей основной акцент сделан на использовании инновационных подходов формирования содержания с включением тематических разделов по стратегическому менеджменту, организационно-правовым аспектам по открытию и функционированию туристических предприятий, маркетинговым технологиям и методикам выбора направлений деятельности предприятий с учетом современных реалий туристического рынка, деловой логистике в туризме, высокотехнологичным процессам туроперейтинга и продвижения туристической продукции на международный рынок с использованием IT-технологий, интернет-маркетинга, брэндинга и др.

Инновационные подходы формирования содержания учебной дисциплины «Организация деятельности туристических предприятий» включают оптимальный выбор основных направлений при постановке учебных целей, тематику лекционных, практических, семинарских занятий, методы и формы организации образовательного процесса с применением современных технологий преподавания, форм контроля и оценки знаний.

Основные направления при постановке учебных целей определяются академическими, социально-личностными, профессиональными компетенциями, которые должны быть сформированы у обучающегося по учебной дисциплине «Организация деятельности туристических предприятий». Так, обучающийся должен получать профессиональные знания и освоить навыки по организационно-управленческой деятельности туристического предприятия, научно-исследовательской, туроператорской и турагентской, экскурсионной и анимационной, рекреационной и оздоровительной. Кроме того, обучающийся должен освоить кадровый менеджмент туристического предприятия (подбор и отбор сотрудников, систему оплаты труда и оформление трудовых отношений, мотивацию персонала и др.); современные информационные технологии в работе туристического предприятия (глобальная дистрибьюторская система, программные комплексы автоматизаций туристической деятельности, интернет-сайт и др.).

Особое внимание при изучении дисциплины следует уделить освоению корпоративных принципов и технологий организации туристического бизнеса, основанного на международной деловой логистике в процессе формирования туристического продукта. А это инновационные подходы по организации взаимовыгодных партнерских отношений со средствами размещения (особенно гостиничные цепи), питания туристов, транспортными компаниями, объектами индустрии развлечений, экскурсионными бюро, санаторно-курортными, рекреационными центрами, страховыми компаниями, а также непосредственно между туроператорами и турагентами, с туристом.

Одними из важнейших разделов содержания учебной дисциплины являются механизм и инновационные технологии формирования туристической продукции, туров, услуг (алгоритм создания нового туристического продукта, калькуляция себестоимости и ценообразования нового туристического продукта, оценка его экономической эффективности, туристические формальности), а также маркетинговые технологии продвижения туристического предприятия и его продукции на международном рынке (допродажный и послепродажный сервис, услугопроводящие сети, коммуникационная политика туристического предприятия, рекламная кампания, формирование спроса и стимулирование сбыта, выставочная деятельность, ассортиментная политика, интернет-маркетинг и др.).

Для достижения учебных целей необходимо использовать инновационные технологии преподавания, уметь методически и дидактически правильно подготавливать и преподавать темы дисциплины «Организация деятельности туристических предприятий», проводить практические занятия (особенно выездные на ведущие туристические предприятия), внедрять разнообразные формы контроля и оценки знаний. Так, помимо классических лекций, семинаров, экзаменов необходимо организовывать задания и защиту проектов, кейсов, групповые обсуждения, работу в малых группах, тренинги, ролевые игры, круглые столы, взаимную оценку, обсуждение, короткие презентации, презентацию решений для кейсов (Case-study) и др.

Такой аналитический инновационный подход по формированию содержания учебной дисциплины «Организация деятельности туристических предприятий» и технологий преподавания позволяет подготовить учебно-методическое пособие для студентов, слушателей туристических специальностей, менеджеров, специалистов туристической индустрии. В разрабатываемом пособии будут рассмотрены основные аспекты финансово-хозяйственной деятельности туристического предприятия как сложной корпоративной системы. При этом организация и управление этими аспектами жизнедеятельности туристического предприятия должны осуществляться на систематической и комплексной основе, так как современные туристы оценивают уровень качества обслуживания в туристической индустрии по гармоничному сочетанию всех услуг, любезному обслуживанию и гостеприимству высококвалифицированного персонала. Высокие качественные показатели работы туристического предприятия при эффективной организации туристической деятельности во многом позволят обеспечить предприятию высокие экономические результаты и занять свою конкурентоспособную позицию на международном туристическом рынке.

1. Кобринский, М.Е. Система непрерывного профессионального образования в сфере туризма и гостеприимства: пособие / М.Е. Кобринский, Л.В. Сакур. – Минск: БГУФК, 2009.

2. Сақун, Л.В. Маркетинг в туризме: учеб.-метод. пособие / Л.В. Сақун, В.М. Разуванов. – Минск: РИПО, 2014. – 268 с.
3. Кабушкин, Н.И. Управление туристическими предприятиями и гостиницами: учеб.-практ. пособие / Н.И. Кабушкин. – Минск: БГЭУ, 2011. – 275 с.
4. Горбылева, З.М. Экономика предприятий туризма: учеб.-метод. пособие / З.М. Горбылева. – Минск: РИПО, 2014. – 226 с.

ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ МОДЕЛИРОВАНИЯ РЫНКА ТУРИСТИЧЕСКИХ УСЛУГ РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ (НА ПРИМЕРЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫХ УСЛУГ БЕЛОРУССКОГО ГОСУДАРСТВЕННОГО УНИВЕРСИТЕТА ФИЗИЧЕСКОЙ КУЛЬТУРЫ)

Косяченко Г.П., канд. пед. наук,

Белорусский государственный университет физической культуры,

Юбкова В.Р.,

Институт туризма Белорусского государственного университета физической культуры,

Республика Беларусь

Образовательный туризм в условиях современного международного рынка набирает большую популярность и занимает прочное место в секторе экономики туризма и гостеприимства. Рост технического и материального уровня населения создает необходимость в непрерывном образовании, как во время рабочего процесса, так и в свободное время. Разнообразие услуг, которые могут быть предложены в рамках образовательного туризма, постоянно растет. В настоящий момент этот сегмент рынка бурно развивается, и в связи с этим возникает нормативно-правовые, организационные и методологические проблемы, требующие эффективных управленческих решений.

Отсутствие четких понятий, терминология в рамках образовательного туризма, а также оценки качества основных и дополнительных услуг, которые реализуются в данном сегменте туристического рынка, требует становления нового понимания сущности и структуры туристического продукта, объясняет необходимость создания системы потребительской оценки качества предоставляемых образовательных услуг, методов их эффективной реализации на основе формирования модели потребительского выбора с целью удовлетворения потребностей клиентов и построения с ними долговременных отношений.

На современном этапе образовательный туризм в Республике Беларусь можно считать приоритетным направлением, но еще слабо развитым, несмотря на высокий ресурсный потенциал. Стратегическая необходимость и экономическая значимость выхода Республики Беларусь на международный туристический рынок делает обязательным изучение и анализ зарубежного опыта моделирования рынка туристических услуг, а также проведение маркетинговых исследований. Это позволит создать такие образовательные услуги в системе туризма, которые соответствовали бы мировым требованиям и стандартам.

В качестве базы для исследования выбран Белорусский государственный университет физической культуры, предлагающий широкий спектр услуг в рамках международного образовательного туризма. Данное учреждение образования входит в когорту ведущих университетов в мире по подготовке специалистов в сфере физической культуры, спорта и туризма, в том числе по таким приоритетным и востребованным направлениям специальностей, как «Физическая реабилитация и эрготерапия», «Оздоровительная и адаптивная физическая культура», «Спортивно-педагогическая деятельность» (по направлениям: по виду спорта, менеджмент в спорте, спортивная психология, спортивная режиссура); «Туризм и гостеприимство» (по специализациям) и др.

Университет заинтересован в привлечении иностранных студентов и сотрудничает с такими странами, как Россия, Украина, Литва, Латвия, Туркменистан, Азербайджан, Армения, Иран, Китай, Вьетнам и др. На данный момент сфера международного образовательного туризма в рамках университета охватывает все виды обучения и просвещения, которые осуществляются вне постоян-