

Для изучения и анализа конфликтных ситуаций на туристическом предприятии «Династа» автор провел ряд тестов (тест К. Томаса, тест «Самооценка конфликтности», был определен коэффициент ранговой корреляции Спирмена, характеризующий взаимосвязь между выбором стратегии поведения в конфликтной ситуации и самооценкой конфликтности личности, тест «Самооценка рационального поведения в конфликте», а также проведена диагностика по тестовой карте коммуникативной деятельности на основе анкеты Е.И. Касьянович).

Тест Томаса показал, что типичным поведением сотрудников во время конфликта является компромисс и сотрудничество. Это говорит о сплоченности трудового коллектива, своевременности выполняемой им работы и эффективности труда.

С помощью теста «Самооценка конфликтности» были выявлены 2 группы людей: личности с незначительной конфликтностью и неконфликтные личности. Определение коэффициента корреляции Спирмена позволило выявить следующую взаимосвязь: личности, у которых наименьшие значения по шкале рангов (конфликтности), выбирают в качестве способа взаимодействия компромисс. Также была обнаружена связь между стратегией сотрудничества и самооценкой уровня конфликтности, т. е. люди, считающие себя неконфликтными, склонны к сотрудничеству в конфликтной ситуации.

Тест на определение рационального поведения в конфликте помог выявить, что сотрудники туристического предприятия «Династа» в большей степени обладают навыками в рациональном поведении.

Что же касается методики Е.И. Касьянович на определение коммуникативной деятельности, то все исследования показали, что внутри коллектива царит атмосфера взаимопонимания и взаимопомощи, все сотрудники с уважением относятся друг к другу, налажена кооперация труда. Однако возникают конфликтные ситуации с туристами, которые всегда решаются на месте без особой огласки.

Проведенный анализ позволил определить следующие пути совершенствования управления конфликтами на ООО «Династа»:

- проводить регулярные упражнения и тренировки, многократное использование тренингов, участие в деловых и ситуационных играх;
- соответствовать формальной и неформальной структуре коллектива;
- создать функционально-организационные условия, связанные с оптимизацией функциональных взаимосвязей между работниками и структурными подразделениями;
- создать линейно-функциональные условия, связанные профессионально умелым подбором и расстановкой кадров;
- создать ситуативно-управленческие условия, связанные с уровнем управленческой компетентности руководителя, что обычно проявляется в принятии руководителем оптимальных управленческих решений;
- взаимодействовать с поставщиками и агентами на равных. На основании этого необходимо поддерживать баланс взаимозависимости;
- сформировать подход для оценки людей в любых ситуациях человеческого взаимодействия.

1. Емельянов, С. М. Практикум по конфликтологии / С. М. Емельянов. – СПб.: Питер, 2009. – 3-е изд. – 384 с.
2. Кабушкин, Н. И. Менеджмент туризма: учеб. пособие / Н. И. Кабушкин. – Минск: БГЭУ, 1999. – 644 с.
3. Кабушкин, Н. И. Управление гостиницами и ресторанами: учеб. пособие / Н. И. Кабушкин. – Минск: БГЭУ, 2009. – 416 с.
4. Чердниченко, И. П. Психология управления / И. П. Чердниченко, Н. В. Теплых. – Ростов н/Д.: Феникс, 2004. – 608 с.

РАЗВИТИЕ РЕГИОНАЛЬНОГО ТУРИЗМА НА ПРИМЕРЕ БРЕСТСКОЙ ОБЛАСТИ DEVELOPMENT OF REGIONAL TOURISM ON THE EXAMPLE OF THE BREST REGION

Хиль Е., Институт туризма Белорусского государственного университета физической культуры,
Республика Беларусь

Khil Y., Institute of Tourism of Belarusian State University of Physical Culture, The Republic of Belarus
Научный руководитель: кандидат геолого-минералогических наук, доцент Штефан Л.В.

В статье раскрывается современное состояние развития туризма в Брестской области Республики Беларусь. Данная проблема рассматривается на примере имеющихся туристических ресурсов в Брестской области.

Брестская область характеризуется самым низким промышленным потенциалом среди других регионов страны. Изучение туристско-рекреационного потенциала территории, состояния туристической отрасли

Брестской области весьма актуально, ведь Брестская область обладает всеми необходимыми ресурсами для развития туризма [1].

Это и определило цель работы – дать характеристику современного состояния туризма в Брестской области и определить перспективы развития туристической отрасли. Цель работы предопределила ряд теоретических и практических задач: проанализировать туристический потенциал природного и историко-культурного наследия Брестской области; оценить современное состояние туристической отрасли и инфраструктуры Брестской области и определить приоритетные направления ее развития.

Непосредственная близость с зарубежными соседями, у которых сфера туризма развита на порядок выше, дает стимул для прогресса и позволяет перенимать позитивный опыт организации приема туристов. Брестчина имеет общую границу с Польшей (территория Каменецкого, Брестского районов), и в Беловежской пушке функционирует единственный в стране погранпереход «Переров (Беларусь) – Беловежа (Польша)», позволяющий пересечение рубежа с Европейским Союзом пешим или велосипедным способом. На границе с Украиной туристы с обеих сторон не имеют препятствий в способах ее пересечения. Каменецкий и Пружанский районы входят в еврорегион «Беловежская пушка», на базе которого создана одноименная туристическая зона. Брестский и Малоритский районы входят в еврорегион «Буг», где функционирует туристическая зона «Белое озеро» [5].

Важной предпосылкой использования туристско-рекреационного потенциала этого приграничного региона является достаточно высокая транспортно-коммуникационная освоенность его территории. Среди природных составляющих рекреационной среды особое внимание уделяется водно-болотным (болотным, озерно-болотным, озерно-луговым и лесно-болотным) угодьям Белорусского Полесья, являющимся перспективными объектами для организации экологического туризма и учебно-просветительских экологических маршрутов. Беловежская пушка заслуженно стала одним из крупнейших туристических центров и считается одним из туристических брендов Беларуси [4].

Область обладает не только разнообразными туристическими ресурсами, но и необходимой инфраструктурой, что позволяет развивать такие виды туризма, как познавательный, экологический, спортивно-охотничий, агротуризм, религиозный, деловой. В Государственный список историко-культурных ценностей Республики Беларусь включено 693 недвижимых объекта. В Брестской области достаточно количество как «раскрученных» туристических объектов, так и небольших и славных местечек, о которых знает лишь узкий круг специалистов да местные жители. Есть возможность приобщить туристов к незнакомой истории скромного населенного пункта, полуразрушенной церкви, заброшенного парка, которые заслуживают внимания туриста не меньше известных замков и дворцов [2].

Региональная туристическая политика осуществляется в контексте общей национальной политики, в максимальной степени учитывает местную специфику туристского предложения и спроса, современный и планируемый уровень развития туризма в регионах и отдельных центрах. Основными ее целями являются создание конкурентоспособного регионального туристского продукта на основе сохранения и использования высокоаттрактивных элементов местного природного и историко-культурного наследия, а также увеличение социально-экономического эффекта от развития рекреационно-туристской деятельности в регионе (рост доходов, производства, занятости, диверсификация региональной экономики) [3].

Потенциал историко-культурного наследия Брестской области используется слабо. Препятствием для его использования в полной мере является неудовлетворительное состояние инфраструктуры, начиная от таких ее элементов, как дороги, и заканчивая самими объектами показа. Исходя из анализа факторов, сдерживающих развитие международного туризма в Брестской области Республики Беларусь, можно определить следующие направления повышения международной привлекательности страны:

- разработка эффективной маркетинговой программы продвижения на международный рынок туристических услуг для повышения спроса со стороны иностранных туристов путем их надлежащего информирования о туристических возможностях страны;

- формирование комплексных программ приема туристов, включая предоставление полного пакета обслуживания туристов в стране с минимальными для потребителя затратами времени и с максимальным удобством без лишних бюрократических формальностей, диверсификацию турпродукта, сглаживание сезонных колебаний турпотоков с помощью гибкой ценовой политики;

- снижение стоимости въездной визы в Республику Беларусь для организованных туристических групп, а также максимальное упрощение процедуры ее получения для граждан из развитых стран с низкой степенью риска нелегальной миграции;

- создание новых маршрутов для увеличения турпотоков с одновременным снижением стоимости авиаперевозок путем привлечения «low-cost» авиакомпаний, предлагающих низкие цены на авиабилеты регулярных рейсов;

- совершенствование системы страхования иностранных туристов, а также обеспечение наиболее оптимальных условий для безопасной реализации национальных туристических программ;

– внедрение новых информационных технологий, например, туристических терминалов, при помощи которых иностранные туристы, путешествующие по стране, смогут найти нужную информацию и заказать ту или иную услугу;

– повышение эффективности информационного обеспечения иностранных туристов путем установления информационных центров и киосков на вокзалах, в центре города, в людных местах, в районе наиболее значимых достопримечательностей;

– повышение уровня квалификации кадров, знания иностранных языков, а также реализация практики организации обучения и переподготовки кадров в сфере туризма и гостеприимства с привлечением иностранных специалистов и при помощи стажировок за рубежом;

– улучшение материально-технической базы гостиниц и санаториев в соответствии с категорией «цена-качество», строительство небольших бюджетных отелей-хостелов, а также туристических комплексов на региональном и областном уровнях, отвечающих мировым стандартам.

Реализация данных мер позволит интегрироваться в мировые туристско-информационные сети и повысить качество рекламно-информационного сопровождения туристического потенциала области, сформировать благоприятный имидж страны и наиболее полно интегрироваться в мировое туристическое сообщество.

1. Государственная программа развития туризма Республики Беларусь на 2011–2015 годы. – Минск, 2011. – 59 с.
2. Свод памятников истории и культуры Беларуси. Брестская область / БелСЭ; редкол.: С. В. Марцелов [и др.]. – Минск, 1990. – 424 с.
3. Туризм и туристические ресурсы в Республике Беларусь: стат. сб. / Национальный статистический комитет Республики Беларусь; редкол.: Е. И. Кухаревич (председатель) [и др.]. – Минск, 2012. – 131 с.
4. Шаршунов, И. В. Туризм в Беларуси: проблемы и перспективы / И. В. Шаршунов // FPSRESEARCHCENTER [Электронный ресурс]. – 2010. – Режим доступа: <http://ru.forsecurity.org/туризм-в-беларуси-проблемы-и-перспективы>. – Дата доступа: 22.11.2012.
5. Федорова, И. Л. Брестская область Беларуси: возможности развития туризма в приграничном регионе / И. Л. Федорова // Науковий вісник Волинського національного університету імені Лесі Українки. – 2009. – № 4. – С. 207–211.

ВИРТУАЛЬНЫЙ МУЗЕЙ КАК ФАКТОР РАЗВИТИЯ ТУРИСТИЧЕСКОГО ИНТЕРЕСА

VIRTUAL MUSEUM AS FACTOR OF DEVELOPMENT OF TOURIST INTEREST

Худницкая Е., Институт туризма Белорусского государственного университета физической культуры, Республика Беларусь

Khudnitskaya Y., Institute of Tourism of Belarusian State University of Physical Culture, The Republic of Belarus

Научный руководитель: кандидат педагогических наук, доцент Филипович И.В.

В статье рассматривается виртуальный музей белорусской культуры как универсальный инструмент по продвижению туристического продукта на просторах всемирной сети Интернет.

Культурный туризм – это вид социально-культурной деятельности – путешествия с целью ознакомления с культурно-историческими и архитектурными ценностями региона. Кроме того, он представляет собой составную часть любого путешествия и поездки, поскольку в течение всей поездки турист испытывает влияние непривычной социокультурной среды. И в этом – сила культурного туризма. В современном мире он играет ведущую роль среди основных видов туризма, имеет большое значение в социально-экономическом развитии и межкультурной коммуникации.

По степени заинтересованности туристов именно в культурной составляющей поездки, их можно разделить на следующие категории:

- хорошо мотивированные туристы (посещение культурных объектов и мероприятий – основная цель);
- частично мотивированные туристы (посещение культурных объектов – одна из целей);
- туристы, для которых «культурная программа» – дополнение к основным целям;
- «случайные» туристы (незапланированные посещения) [1].

Для охвата всех этих категорий необходимо использовать различные подходы: продвижение и самих объектов культурного туризма, и пакетных туров, включающих среди прочих услуг посещение интересных объектов и культурную программу. Однако, независимо от категории и степени туристического интереса, первоочередным является информирование потенциальных туристов и стимулирование их интереса к объектам