

- получение скидок (в кафе и ресторанах, при пользовании услугами проката транспорта и услугами индустрии развлечений);
- бесплатные информационные материалы.

Карточка может быть дифференцирована по времени пребывания в городе – 24 часа и 72 часа. Такой выбор действия позволит стимулировать более продолжительное пребывание туристов в городе.

Карт-системы имеют положительный эффект как для туриста и предприятия, предоставляющего услугу, входящую в карточку, так и для дестинации в целом. Для туриста – это возможность быстро познакомиться с городом, понять, какие услуги он предлагает, сориентироваться в его туристических ресурсах, а также возможность приобретения услуг со скидкой. Для предприятия – это отказ от создания конечного продукта для участия в торговом обращении и, следовательно, экономия на затратах, а масштабная реализация карточек турпродукта обеспечивает объемы, сопоставимые с оптовыми продажами. Для дестинации – это важнейший инструмент косвенного управления туристическим комплексом: малопосещаемые объекты туристической индустрии, включенные в карточку, повышают свою известность, а также работают на положительный образ дестинации в целом.

#### Список использованных источников

1. Тарасенок, А. И. Геоэкономика туризма: учеб. пособие / А. И. Тарасенок. – Минск; М., 20115.
2. Александрова, А. Ю. Туристские кластеры: содержание, границы, механизм функционирования / А. Ю. Александров // Экономические проблемы развития сервиса и туризма. – 2007. – № 2. – С. 51–61.

*Н. О. Козляковская*

Научный руководитель – Т. М. Сергеева  
БГЭУ (Минск)

## АНАЛИЗ ПРОЦЕССОВ БРОНИРОВАНИЯ В САНАТОРНО-КУРОРТНОМ СЕГМЕНТЕ ТУРИСТИЧЕСКОГО РЫНКА

Использование систем бронирования в санаторно-курортном сегменте ограничивается отечественными разработками. «Локальные» системы бронирования представлены либо версиями специализированных порталов о туризме и отдыхе (информационный центр по отдыху и лечению в Беларуси [www.globusbelarus.com](http://www.globusbelarus.com); интернет-портал белорусского туроператора ЧНПУП «Автоматизированные технологии туризма» «Sanatorii.by» [www.sanatorii.by](http://www.sanatorii.by); официальный туроператор чемпионата по хоккею 2014 г. «ЦЕНТРКУРОРТ» [www.otpusk.by](http://www.otpusk.by); туристический портал «Traveling.by» [www.traveling.by](http://www.traveling.by) и др.), либо собственными разработками белорусских санаторно-курортных организаций.

Лидирующие позиции в данной нише занимает интернет-портал белорусского туроператора ЧНПУП «Автоматизированные технологии туризма» «Sanatorii.by», предоставляющий услуги бронирования путевок в белорусские здравницы в соответствии с законодательством Республики Беларусь по следующей схеме: поиск и выбор здравницы, отправка заявки, бронирование, оплата, получение документов.

Актуальная ситуация, характеризующая возможности бронирования белорусского санаторно-курортного турпродукта, не может считаться приемлемой по причине ограниченности воздействия лишь на определенную целевую аудиторию: граждане Республики Беларусь, стран СНГ, а также русскоговорящие туристы [1], которые знакомы/способны разобраться с возможностями бронирования путевок в белорусские здравницы.

Возможно, такая ситуация сложилась в условиях достаточно высокого спроса на белорусский санаторно-курортный продукт (в 2000–2013 гг. коэффициент загрузки достигал 90 %) и, как следствие, незаинтересованности руководства отечественных здравниц совершенствовать маркетинговую деятельность в направлении привлечения клиентов и стимулирования сбыта [2].

Необходимость развития систем бронирования и резервирования на туристическом рынке Республики Беларусь в целом очевидна. Это подтверждается прошедшим 29 октября 2013 г. семинаром, посвященным созданию в Беларуси национальной системы онлайн-бронирования отелей, подчиненной общемировым стандартам, за счет чего станет возможной ее интеграция с такими международными отельными консолидаторами, как HotelsPro или Booking.com [3]. В будущем к национальному консолидатору средств размещения могут быть подключены возможности бронирования санаториев (!), баз отдыха, сельских усадеб и т. д.

Основной рекомендацией по совершенствованию систем бронирования в санаторно-курортном сегменте национального туристического рынка является работа в направлении создания единой национальной сети бронирования отелей, санаториев, билетов на различные виды транспорта, туров и экскурсий, а также дальнейшее подключение отечественных отелей и санаторно-курортных организаций к мировым системам бронирования и резервирования.

#### Список использованных источников

1. Козляковская, Н. О. Особенности функционирования санаторно-курортного сегмента туристического рынка Беларуси (готовится к печати в журнале «Новая экономика» № 1(63) 2014 г.).

2. Козляковская, Н. О. Особенности интернет-позиционирования санаторно-курортного туристического продукта Республики Беларусь / Н. О. Козляковская // НИРС-БГЭУ – 2011: сб. науч. ст. – Минск, 2011. – Вып. 1.

3. В Минске прошел семинар, посвященный созданию в Беларуси национальной системы онлайн-бронирования отелей // Туристический портал «Холидэйбай» [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://profi.holiday.by/novosti/item/1736>. – Дата доступа: 05.11.2013.