

Таким образом, качество бизнеса является конкурентным преимуществом организации, определяющим получение прибыли и снижение издержек посредством оптимизации процессов организации.

*П.А. Литвинов, ассистент
БГЭУ (Минск)*

ПЕРСПЕКТИВЫ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ ЭТНИЧЕСКИХ ГРУПП РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ В ФОРМИРОВАНИИ И ПРОДВИЖЕНИИ НАЦИОНАЛЬНОГО ТУРИСТИЧЕСКОГО ПРОДУКТА

В попытках выхода на международный рынок туристическая индустрия Республики Беларусь испытывает определенные трудности, обусловленные целым рядом причин. Среди них можно отметить отсутствие национальной концепции продвижения отечественного туристического продукта на международный рынок и несформированность корпуса брендов. Кроме того, белорусский турпродукт практически полностью отсутствует в зарубежных медиа и рекламе, поэтому нельзя говорить не только об его узнаваемости, но и о знании о нем как таковом.

В рамках решения данной проблемы можно выделить ряд направлений, частично решаемых государственными органами управления туризмом (Национальное агентство по туризму, Департамент по туризму Министерства спорта и туризма Республики Беларусь), ведущими вузами страны, исследующими данные вопросы, туристическими порталами (к примеру, Holiday.by), туроператорами и др. Одним из перспективных направлений по продвижению отечественного туристического продукта на международный рынок представляется использование фактора многонациональности Беларуси. Целесообразной будет работа с иностранными диаспорами, а также национальными меньшинствами, которые в силу большой продолжительности проживания на территории республики считаются частью автохтонного населения.

Исследования, посвященные национальной проблематике, стали интенсивно проводиться только в последние двадцать лет. Они показали, что к началу XX в. на территории Беларуси присутствовали как малые, так и достаточно крупные иноэтничные группы населения. Среди малых групп зафиксированы немцы, литовцы, латыши, чехи, татары, украинцы и даже ассирийцы и чуваша. К более крупным можно отнести поляков, евреев и русских (старообрядцев). В силу того что Республика Беларусь малоизвестна на международной арене, участие белорусских исследователей в международных конференциях, посвященных национальной проблематике, неизменно вызывало огромный интерес, так как приоткрывало для представителей зарубежной науки совершенно неизвестные страницы этнической истории их народов.

Наиболее перспективной в рассматриваемом контексте представляется работа с этническими группами русских, поляков, евреев и немцев. Более или менее разработанной на сегодня является лишь краеведческая составляющая, посвященная русскому этносу (старообрядцам). Вряд ли есть сомнения в популярности и перспективности такого туристического объекта, как Ветковский музей народного творчества.

Нет сомнений и в том, какую привлекательность несет разработка еврейской и польской темы, учитывая огромный объем материальной базы (архитектурно-исторические объекты, кладбища, архивные и фотодокументы), а также насколько значительна духовная компонента. Но если вышеупомянутые народы уже получили определенную известность (исключительно в научном историческом аспекте), то о существовании в прошлом немецкой диаспоры в Беларуси туристам из Германии как потенциальным потребителям белорусского туристического продукта практически ничего неизвестно.

Разработка упомянутой проблематики позволит повысить интерес к национальной туристической индустрии в общем и к культурно-историческому наследию Республики Беларусь в частности. Учитывая своеобразие возможного продукта, а также его концептуальную новизну, следует ожидать его востребованности, в первую очередь на зарубежном рынке, при условии правильного продвижения. Представляется также, что данный туристический продукт должен разрабатываться в рамках создания новых комплексных туристических дестинаций.

*В.И. Малашенко, канд. пед. наук
БГЭУ (Минск)*

О НЕКОТОРЫХ ОСОБЕННОСТЯХ БЕЛОРУССКОГО ТУРИЗМА

Белорусский туризм имеет ряд специфических черт, отличающих его от других отраслей экономики непроеизводственной сферы. Они связаны, прежде всего, с характером предоставляемых турфирмами услуг, сложной и многогранной деятельностью туристических предприятий, сильным влиянием на развитие туризма целого ряда заинтересованных организаций и лиц, имеющих свои собственные коммерческие интересы.

Как любая открытая система, туризм подвержен влиянию со стороны многочисленных внутренних и внешних факторов: экономических, политических, социальных, демографических, культурных, природно-географических, экологических, технологических и др. Развитие туристического бизнеса в Беларуси существенно зависит от международной среды, международных правил и норм, действующих на мировом рынке туризма. Все это усиливает неопределенность и риск и требует особого подхода к организации деятельности туристических предприятий.

Особенностью белорусского туризма является неразвитость туристической индустрии, а также отсутствие на рынке крупных независи-