

МАРКЕТИНГОВЫЕ ИССЛЕДОВАНИЯ В ЦЕЛЯХ ПРОДВИЖЕНИЯ БЕЛАРУСИ НА ПОЛЬСКОМ РЫНКЕ ТУРИСТИЧЕСКИХ УСЛУГ

Бекта М., Гуманитарная академия, Польша

Согласно современным требованиям маркетинга, прежде всего необходимо установить, кто может покупать ваш продукт, а затем уже можно его продвигать. Следует хорошо спланировать, чтобы к моменту появления продукта не оказалось, что этот продукт нельзя продать. Очевидно, что нет такой области, в том числе и в туризме, где не существует риска, что рассматриваемая дестинация не принесет ожидаемых результатов.

Чтобы обработать данные или объяснить число туристов прибытия, следует оценить соответствующую страну или провести маркетинговые исследования с целью оценки заинтересованности данным направлением.

Весьма существенным является правовое урегулирование въезда в соответствующую страну. В данном случае — это визовая процедура или необходимость регистрации при пребывании более 3 дней. Очевидно, при выезде групп эти проблемы практически исчезают. Визы организуют бюро путешествий, а отели на месте регистрируют туристов.

Одной из процедур является оценка заинтересованности потенциальных туристов страной, которую мы имеем намерение предложить.

В сопровождающем экспрессном маркетинговом исследовании (на группе не более 100 человек) во время туристических торгов в Варшаве в одной из анкет был задан вопрос: «Хотели ли бы Вы поехать в Республику Беларусь?». 66 % опрошенных ответили утвердительно, а 34 % — отрицательно. Однако в очередном вопросе, в котором предлагалось объяснить отрицательный ответ, чаще всего указывалось на недостаток какой-либо информации.

Где можно найти информацию о Беларуси? В последнее время издательство «Национальная география» выпустило путеводитель по Беларуси. Белорусские интернет-страницы также дают много информации о крае. Следующим вариантом поиска информации является ознакомление с общественным мнением на туристических рынках. В сентябре 2009 г. на Варшавском туррынке Национальным туристическим агентством был организован опрос о Беларуси. Организацией выездов в Беларусь занимаются несколько бюро путешествий. Наиболее популярны «*Bezkrasy*».

Продвижение страны на телевизионных каналах, в каталогах, на туррынках позволяет организовывать новые маршруты, давать больше знаний и увеличивать число людей, которые хотели бы посетить данную страну.

МОДЕРНИЗАЦИЯ СТРУКТУРЫ ПОДГОТОВКИ ТУРИСТИЧЕСКИХ КАДРОВ ПО СПЕЦИАЛИЗАЦИИ «МЕНЕДЖМЕНТ В СФЕРЕ МЕЖДУНАРОДНОГО ТУРИЗМА» С УЧЕТОМ ОПЫТА РЕАЛИЗАЦИИ БОЛОНСКОГО ПРОЦЕССА

Гайдукевич Л. М., Белорусский государственный университет

В условиях рыночно-структурных преобразований хозяйственного комплекса республики качество подготовки высококвалифицированных специалистов становится особо актуальным. Интеграционные процессы в соседних с Беларусью странах свидетельствуют о высоких критериях конкурентоспособности на рынке труда, который уже сейчас проявляется и в Беларуси. Своевременность решения этого вопроса не терпит отлагательств, так как система подготовки кадров в республике имеет ряд существенных недостатков.