

# ЭФФЕКТИВНОСТЬ ЭКСКУРСИОННОГО ОБСЛУЖИВАНИЯ КАК КОМПОНЕНТА ТУРИСТИЧЕСКОЙ ИНДУСТРИИ РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ В УСЛОВИЯХ ГЛОБАЛИЗАЦИИ МИРОВОЙ ЭКОНОМИКИ

Савина Н. В.

Савина Нина Владимировна – кандидат филологических наук, доцент,  
кафедра экономики и управления туристической индустрией, факультет коммерции и туристической индустрии,  
Белорусский государственный экономический университет, г. Минск, Республика Беларусь

**Аннотация:** в статье анализируется эффективность экскурсионного обслуживания как компонента туристической индустрии Республики Беларусь в условиях глобализации мировой экономики. Эффективность экскурсионного обслуживания связана с его инновационными формами, среди которых: анимационно-досуговые мероприятия, экскурсии-шоу, квест-экскурсии в контексте культурно-познавательного, фестивального, событийного, спортивного и других видов туризма. Эффективности экскурсионного обслуживания будет способствовать разработка экскурсий различной тематики с учётом инновационных форм, дифференцированного подхода к экскурсионному обслуживанию различных групп экскурсантов, туристов и рекреантов, совершенствование подготовки специалистов туристической индустрии Республики Беларусь.

**Ключевые слова:** анализ, глобализация, мировая экономика, туристическая индустрия, эффективность, экскурсионное обслуживание, Республика Беларусь.

Туристическая индустрия Республики Беларусь решает сегодня ряд задач по развитию въездного и внутреннего туризма, подчеркивая их приоритетность. Экскурсионное обслуживание является основной составляющей различных видов туризма, развитие которых в условиях глобализации мировой экономики требует дальнейшего совершенствования и новых подходов к его осуществлению.

Мировые тенденции развития экономики последних десятилетий неразрывно связаны с терминами «глобализация» и «интернационализация». Автор (Р. Scott, 1998), в книге «Глобализация высшего образования» доказывает, что понятия «глобализация» и «интернационализация» не являются синонимами. Дж. Юрри (J. Urry, 1998) отмечает, что глобальная сеть, новые машины и технологии сокращают время и пространство, переступая пределы социального контроля и регуляции. Глобализация стала постоянной характерной чертой общественного, экономического и культурного пространства. Она может уменьшить местный и национальный суверенитеты, особенно в экономической и финансовой сферах. Глобальные организации (ООН, Мировой банк, CNN, Гринпис, ЕС и др.), облегчают процесс глобализации. Они отмечают, что глобализация может работать в интересах социального и экономического развития многих стран третьего мира, <...>, помочь понять и принять факт, что мир испытывает перемены и полон проблем, которые могут и должны рассматриваться мировым сообществом в целом (Sadlak, 1998) [1].

Интернационализация (англ. *internationalization*) основана на кросскоммуникации, обменом культурным опытом между разделёнными народами, предполагает существование национальных государств и отражает мировой порядок, над которым доминируют национальные государства. Глобализация и интернационализация – два взаимосвязанных процесса, которые приводят к преобразованию университетов в новые формы на основе *транснационализации и регионализации* [2].

Глобализация мировой экономики повлияла и на развитие туристической индустрии, позволяя туристическим предприятиям осуществлять экономию в масштабе производства туристического продукта за счёт стандартизации товаров и услуг, использовать преимущества мирового маркетинга [3]. Экономика нового типа – *глобальная экономика*, по определению известного социолога М. Кастельса – экономика, способная работать как единая система в режиме реального времени в масштабе всей планеты [4].

Развитие туризма как сектора мировой экономики является *результатом удовлетворения человеческих потребностей, начиная с необходимости на отдых и досуг, восстановления физических сил, потребительских запросов, включая умственные потребности: новый опыт, расширение кругозора, восприятие и познание*. Движущей силой глобализации является, прежде всего, внедрение IT-технологий в сферу туризма и развитие информационно-телекоммуникационной сети Интернет. Около 68,2% информации о путешествиях потребители получают через Интернет: это, прежде всего, информация о видах отдыха, дестинациях, ценах, картографические материалы и, конечно же, посредством Интернет осуществляется бронирование. По данным социологического опроса, в основе мотивации пользования Интернет при покупке туристического или экскурсионного продукта, на 1-м месте стоит удобство (78,4%), на 2-м – отсутствие давления при покупке (66,4%), на 3-м – экономия времени (64,2%) и 4-м (51,3%) – возможность получить информацию непосредственно от туроператора [3].

Своеобразным вызовом на процессы глобализации в туристической индустрии стал Глобальный этический кодекс туризма. Письменные комментарии к Кодексу поступили, из более 70 государств-членов ВТО и различных организаций. Итоговый Глобальный этический кодекс туризма, насчитывающий 10 пунктов и разработанный по результатам длительного консультационного процесса, был единогласно одобрен в октябре 1999 г. на сессии Генеральной ассамблеи ВТО в г. Сантьяго [3; 4]. Соблюдение его принципов и правил – гарантия ответственного и устойчивого туризма, который совместим с возрастающей либерализацией условий, регулирующих торговлю услугами и на основе которых действуют предприятия туристической индустрии, включая и Республику Беларусь.

Развитию туристической индустрии в Беларуси уделяется особое внимание со стороны Президента и Правительства Республики Беларусь, выделяются значительные средства на развитие туристической инфраструктуры и подготовку соответствующих кадров. Закон Республики Беларусь от 25 ноября 1999 г. № 326-З «О туризме» и его редакции регулирует отношения в сфере туризма и туристической деятельности. Отдельная глава Закона посвящена вопросам *организации экскурсионного обслуживания*. Она говорит о том, что экскурсии на территории Республики Беларусь могут проводить экскурсоводы и гиды-переводчики, прошедшие профессиональную аттестацию, подтверждающую их квалификацию, получившие свидетельство об аттестации (сроком на 5 лет) и бейдж экскурсовода или гида-переводчика. Ведётся Национальный реестр экскурсоводов и гидов-переводчиков [6, статья 18]. *Экскурсовод*, согласно статье 1 Закона – это физическое лицо, имеющее соответствующую квалификацию для проведения экскурсий. *Гид-переводчик* – физическое лицо, имеющее соответствующую квалификацию для проведения экскурсий на иностранном языке [5].

По данным Национального агентства по туризму Республики Беларусь, в сфере туризма Беларуси (2014) работали 1032 аттестованных экскурсовода и 186 гидов-переводчиков. Туристические предприятия предлагают самые разнообразные экскурсии и экскурсионные туры: групповые и индивидуальные, от 3-часовых экскурсий до 3-дневных туров. Для иностранных туристов работают профессиональные гиды-переводчики на таких языках, как английский (110 гидов), немецкий (28), польский (21), французский (22), итальянский (22), испанский (4), турецкий (4), а также китайский (1). Наиболее востребованными среди туристов являются экскурсии, проводимые на одном из государственных языков Беларуси – русском языке. На сегодня в Беларуси их насчитывается свыше 1000 предложений [7].

Особую роль в эпоху *проявления глобализационных процессов в мировой туристической индустрии* играют Государственные программы развития туризма в Республике Беларусь на определённый период (далее – Программа), в основном, – на пять лет. В Программе «Беларусь гостеприимная» на 2016 – 2020 годы дан анализ по выполнению мероприятий Программы за 2011 – 2015 годы и предложены мероприятия по дальнейшему развитию туристической индустрии. Отмечается, что поставленные задачи в целом решены, указываются также причины невыполнения ряда показателей в развитии туристической индустрии Беларуси [8]. Программа на 2016 – 2020 годы разработана в соответствии с приоритетами социально-экономического развития Республики Беларусь на 2016 – 2020 годы, состоит из подпрограммы 1 «Кадровое, научное и научно-методическое обеспечение в сфере туризма» и подпрограммы 2 «Маркетинг туристических услуг». *Основным сводным целевым показателем Программы является экспорт туристических услуг* [9].

Как видим, задачи, стоящие перед экскурсионным обслуживанием и их решение сопряжены с задачами и решением проблем, очерченных Государственной программой. Создание разнообразных экскурсионных программ, удовлетворяющих культурно-познавательные запросы туристов и экскурсантов, включение в маршруты новых объектов, а также качественное экскурсионное обслуживание будет способствовать развитию различных видов туризма в Беларуси и благоприятно повлияет на имидж нашей страны. Расширение включаемых в сферу экскурсионного обслуживания объектов культурного наследия, спектра предлагаемых экскурсионно-туристических маршрутов и объектов показа, насыщенность событийного календаря культурной жизни, позволит Беларуси не только эффективно использовать имеющиеся в стране туристические ресурсы, но и войти в ряд ведущих мировых центров культуры и туризма.

Таким образом, *глобализация мировой экономики*, как более высокая стадия *интернационализации*, её дальнейшее развитие, углубление *повлияла и на развитие туристической индустрии*. Особая роль в *технологии оказания туристических услуг* в целом, и *экскурсионных услуг* в частности, отводится вопросам организации культурного досуга и развлечений клиентов. В этом ракурсе и следует рассматривать *экскурсионное обслуживание как сервис данного вида услуг*. Потребителю экскурсионных услуг становится важным не только сам факт их предоставления, но и то, как и в какой форме их предоставили. Исходя из этимологии понятия сервис (англ. service=служба), *экскурсионный сервис рассматриваем как систему профессионального обслуживания с целью предоставления экскурсантам, туристам, рекреантам комфортного пользования культурно-познавательными, рекреационно-*

развлекательными услугами, а также действия, направленные на удовлетворение не только пожеланий клиента, но и его ожиданий, которые могут даже не входить в основной спектр услуг [10].

Уровень качества экскурсионного обслуживания как вида сервиса экскурсионных услуг определяется: оперативностью работы по подбору и организации экскурсионных услуг в соответствии с запросами клиентов; вежливостью обслуживания, выраженном в радушии сотрудников предприятия, терпении при обсуждении программы экскурсионного обслуживания, маршрута экскурсии, анимационных, квестов и других развлекательных компонентов. Обязательной составляющей экскурсионного обслуживания является предоставление справочной информации по соответствию предлагаемого экскурсионного продукта (экскурсионно-досугового мероприятия) реальному содержанию, согласованностью всех частей комплексного обслуживания и их соответствии потребительским свойствам. В отношении экскурсионного продукта потребительские свойства выражаются обоснованностью, комфортностью, надежностью, ясностью, простотой в эксплуатации; гибкостью, полезностью и, конечно же, эффективностью.

Эффективность экскурсионного обслуживания как компонента туристической индустрии связана с его инновационными формами. Среди них: анимационно-досуговые мероприятия, экскурсии-шоу, квест-экскурсии в контексте культурно-познавательного, фестивального, событийного, спортивного и других видов туризма. Их развитию будет способствовать разработка экскурсий различной тематики с учётом дифференцированного подхода к экскурсионному обслуживанию различных групп туристов, качественных параметров подготовки специалистов сферы туризма, формирование навыков гармоничного диалога культур и культуры диалога, комфортного межкультурного взаимодействия через занимательную форму познания – экскурсию [11, с. 29]. В условиях глобализации мировой экономики экскурсионное обслуживание представляет собой комплекс мер, направленный на эффективно-качественную организацию, продвижение, оказание и перспективно-реализационную востребованность экскурсионных услуг с использованием инновационных форм обслуживания, обеспечивающих запросы, потребности, интересы и ожидания, формируя приятные и чудесные воспоминания клиентов предприятий туристической индустрии Беларуси – экскурсантов, туристов, рекреантов.

### Список литературы

1. Вербицкая Л. А. Глобализация и интернационализация в образовании и важность изучения иностранных языков / Л. А. Вербицкая. [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://topref.ru/referat/74609.html/> (дата обращения: 08.11.2016).
2. Новиков В. С. Инновации в туризме/ В. С. Новиков. [Электронный ресурс]. Режим доступа: [http://tourlib.net/books\\_tourism/novikov91.htm/](http://tourlib.net/books_tourism/novikov91.htm/) (дата обращения: 08.11.2016).
3. Воронин И. Н., Воронина А. Б. Влияние факторов глобализации на развитие международного туризма. [Электронный ресурс]: Культура народов Причерноморья, 2009. № 176. С. 115–117. Режим доступа: [http://tourlib.net/statti\\_tourism/voronin.htm/](http://tourlib.net/statti_tourism/voronin.htm/) (дата обращения: 09.11.2016).
4. Глобальный этический кодекс туризма. [Электронный ресурс]. Режим доступа: [http://www.orexca.com/rus/global\\_ethic\\_code\\_tourism.php/](http://www.orexca.com/rus/global_ethic_code_tourism.php/) (дата обращения: 14.12.2016).
5. Национальный правовой интернет-портал Республики Беларусь / Концепция совершенствования законодательства Республики Беларусь. [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://www.pravo.by/> (дата обращения: 12.12.2016).
6. Постановление Совета Министров Республики Беларусь от 12 июля 2007г. № 895 «Об утверждении положений о порядке и условиях проведения профессиональной аттестации, подтверждающей квалификацию экскурсоводов и гидов-переводчиков, и о порядке ведения Национального реестра экскурсоводов и гидов-переводчиков Республики Беларусь» // Нац. реестр правовых актов Респ. Беларусь, 2007. № 52. 5/29066.
7. Официальный сайт Национального агентства по туризму Республики Беларусь: портал. [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://belarustourism.by/firm/guides/> (дата обращения: 24.12.2016).
8. Государственная программа развития туризма в Республике Беларусь на 2011 – 2015 годы (утверждена постановлением Совета Министров Республики Беларусь от 24 марта 2011 г. № 373) // Национальный реестр правовых актов Республики Беларусь, 2011. № 37. 5/33538.
9. Государственная программа «Беларусь гостеприимная» на 2016 – 2020 годы: портал. [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://mst.by/ru/programma-razvitiya-turizma-ru/> (дата обращения: 14.01.2017).
10. Савина Н. В. Экскурсионный сервис как фактор действенного обслуживания потребителей туристических услуг // Экономический рост Республики Беларусь: глобализация, инновационность, устойчивость: Матер. IX Междунар. науч.-практ. конф. (Минск. 19–20 мая 2016 г.): в 2 т. Минск: БГЭУ, 2016. Т. 1. С. 341–343.
11. Савина Н. В. Синописис экскурсионного дискурса / Н. В. Савина // Современные инновации, 2016. № 1 (3). С. 28–30.