

культурных ценностей Республики Беларусь, по данным на 1 января 2012 г., включено 5 278 недвижимых объектов наследия, 71 объект духовных историко-культурных ценностей (гербы, фольклорные традиции и др.), 76 объектов движимых историко-культурных ценностей (предметы антиквариата, клады, книги, иконы, картины и др.) [3].

На территории Беларуси находятся города с древней историей, основанные в IX–XI веках, такие, как Полоцк, Гродно, Витебск, Брест, Пинск, Орша, Минск, Несвиж, Туров, Ружаны, Мстиславль и др. Во многих поселениях сохранились старинные храмы, дворцы и замки, усадебно-парковые комплексы. Несмотря на многочисленные войны и разрушения, от которых особенно пострадали характерные для Беларуси деревянные постройки, среди памятников истории и культуры сохранились и уникальные, не имеющие аналогов в других странах. Особую группу городов с ценным историко-культурным наследием образуют малые города, в которых историческая застройка – главная их особенность. Это Несвиж, Мир, Слоним, Мстиславль, Новогрудок и др. Для них развитие туризма – практически единственная возможность активизировать экономику, улучшить благосостояние местного населения [5].

К туристическим ресурсам страны также можно отнести группу туристических ресурсов, которая представлена современными достижениями мирового уровня в промышленности, сельском хозяйстве, строительстве, медицине, спорте, науке и культуре.

Многовекторность экономической политики Беларуси, сотрудничество со Всемирным банком и Международным валютным фондом способствуют развитию делового туризма. Важное геополитическое положение Беларуси также способствует развитию делового туризма. Ежегодно в стране проводятся не только многочисленные торговые выставки и ярмарки, но и международные конгрессы, конференции и симпозиумы самого высокого уровня. Будучи активным участником мировой политики, Беларусь регулярно принимает у себя правительственные делегации, политических и государственных деятелей разных стран мира, представителей дипломатического корпуса и крупных зарубежных компаний, мировых знаменитостей, звезд спорта и эстрады [3].

В настоящее время рост интереса к Беларуси со стороны иностранных туристов, выгодное географическое и транспортное положение страны, живописная природа, большое количество памятников архитектуры и других объектов экскурсионного показа, гостеприимство и доброжелательность белорусского народа, высокий уровень безопасности страны открывают широкие возможности для развития туристической отрасли.

Имея такой ресурсный потенциал, туризм Беларуси должен способствовать укреплению экономики страны, наполнению государственного бюджета, росту благосостояния граждан, сохранению историко-культурного наследия, повышению духовного потенциала общества.

1. Организация туристического бизнеса. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://turbizorg.ru>. – Дата доступа: 02.03.2013

2. Зорина, Г. И. Основы туристической деятельности: учеб. пособие / Г. И. Зорина, Е. Н. Ильина, Е. В. Мошняга. – М.: Советский спорт, 2003. – 153 с.

3. Национальный Интернет-портал Республики Беларусь [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.belaroustourism.by>. – Дата доступа: 23.02.2012.

4. Можяева, Н. Г. Туризм: учеб. пособие / Н. Г. Можяева, Е. В. Богинская. – М.: Гардарики, 2007. – 270 с.

5. Архитектурно-строительный портал. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://ais.by/story/2>. – Дата доступа: 02.03.2013.

## **РАЗРАБОТКА РЕКОМЕНДАЦИЙ ПО ПРАВОВОМУ И СОЦИАЛЬНОМУ РЕГУЛИРОВАНИЮ ТУРИСТСКОГО БИЗНЕСА В РЕСПУБЛИКЕ БЕЛАРУСЬ**

*Протасевич И. П., магистр педагогических наук,*

Белорусский государственный университет физической культуры,  
Республика Беларусь

Международный туризм является одной из наиболее доходных и перспективных отраслей мирового хозяйства.

Индустрия международного туризма – важный экономический сектор многих стран, обеспечивающий существенную долю поступлений в национальные бюджеты, расширяющий занятость населения, способствующий развитию инфраструктуры. В связи с этим важно развивать международный туризм и в Беларуси. Однако занять свою нишу в сфере туристского бизнеса в условиях жесткой конкуренции достаточно сложно. Для

получения конкурентного преимущества на рынке международного туризма необходимо умелое применение методов и форм ведения туристского бизнеса туристскими предприятиями.

Туристская услуга в Республике Беларусь как юридический факт существует давно. Многие годы туристская деятельность, оказание туристских услуг не имели законодательного регулирования, что порождало нецивилизованное развитие туристского рынка.

С принятием Гражданского кодекса Республики Беларусь возникла временная стабильность в регулировании складывающихся в результате реформ отношений.

Многие отечественные туристские организации и индивидуальные предприниматели, а также сотни иностранных туристских фирм нуждались в специальном государственном акте, который исключил бы стихийное нормотворчество и, наряду с нормами Гражданского кодекса Республики Беларусь, непосредственно регулировал бы туристскую деятельность, обеспечивая цивилизованное оказание услуг. Так, Президент Республики Беларусь подписал Закон Республики Беларусь «О туризме».

Закон установил принципы государственного регулирования туристской деятельности; определил способы государственного регулирования и ряд правовых институтов в сфере туризма: лицензирование, стандартизацию, сертификацию, права и обязанности туриста, безопасность туризма и др.; закрепил структуру договора по оказанию туристских услуг; решил ряд важных правовых и организационных вопросов [1].

Однако, несмотря на появление отраслевого закона, многие аспекты туристской деятельности до сих пор остались неурегулированными в достаточной мере.

Таким образом, становится необходимым тщательное изучение туристской деятельности с точки зрения правового и социального регулирования.

Любое цивилизованное государство, для того чтобы получать от туристской индустрии доходы в бюджет, должно вкладывать средства в исследование своих территорий с точки зрения выявления туристского потенциала и рационального туристского обустройства, подготовки на этой основе программ развития туристского бизнеса, проектов необходимой для этого инфраструктуры туристских центров и курортных регионов, в обучение и переподготовку кадров, в информационное обеспечение, рекламу [4].

Средства должны быть как государственными, так и привлеченными. Но государство должно делать внос первым, и не только своими финансовыми ресурсами поддерживать туризм, но и проводить в жизнь передовое туристское законодательство, соответствующее сегодняшнему дню.

Рассмотрим действия государств на примере некоторых стран.

Во Франции вопросы регулирования туризма относятся к компетенции Министерства транспорта и общественных работ, в структуре которого предусмотрен Государственный секретариат по вопросам туризма и Управление туризма. Эти органы курируют вопросы управления и регулирования отрасли, инвестирования и международных отношений в сфере туризма.

Кроме того, существует еще целый ряд органов, участвующих в управлении туризмом «с правом совещательного голоса»: Совет по туризму при Министерстве транспорта и общественных работ; Французское агентство туристского инжиниринга и Национальный наблюдательный совет по туризму (маркетинговые исследования и статистика в туризме); Национальное агентство по отпускным поездкам (социальный туризм); Национальный комитет по процветанию Франции (вопросы экологии и озеленения городов).

На региональном уровне действуют представители центральной исполнительной власти, решающие вопросы развития туристской сферы и подчиняющиеся непосредственно префектам.

Продвижением образа Франции как туристского центра на международном рынке занимается ассоциация «Maison de la France», образованная в результате соглашения о партнерстве между местными администрациями, туристическими фирмами, гостиницами, администрациями объектов экскурсионного показа.

В Испании вопросами туризма ведают Государственный секретариат по торговле, туризму и малому бизнесу, подчиненный Министерству экономики. Кроме Госсекретариата, Министерству подчиняются: Центральная дирекция по туризму (административные вопросы и выработка общих направлений государственной политики в сфере туризма); гостиничная цепь «Paradores» (гостиницы, размещенные в зданиях, представляющих историческую ценность); два выставочно-конгрессных центра (в Мадриде и Малаге) и Испанский институт туризма – «Turespaca».

Полномочия Министерства экономики невелики. Такие важные функции, как лицензирование, сертификация услуг, разработка стратегии развития туристской индустрии, являются прерогативой местных властей.

С целью координации их деятельности в стране создан Совет по развитию туризма, в состав которого входят представители государственных органов власти всех уровней и представители частного бизнеса. Решения Совета носят рекомендательный характер.

В Великобритании сферу туризма возглавляет Министерство культуры, зрелищ и спорта, которому подчиняется орган, непосредственно курирующий туризм, – «British Tourist Authority» (БТА).

БТА занимается привлечением иностранных туристов в Великобританию и развитием внутреннего туризма, а также консультирует правительство и другие государственные учреждения по вопросам туризма.

В Италии Департамент по туризму входит в состав Министерства производственной деятельности. Основные функции Департамента сводятся к координации деятельности региональных турадминистраций, разработке нормативно-правовых отраслевых документов национального характера, исследованиям и обработке статистических данных, а также международной деятельности (межправительственные соглашения, взаимоотношения с международными организациями и ЕС).

Ведущая роль в представлении Италии на международном туристском рынке принадлежит Национальному управлению по туризму (ENIT), основными функциями которого являются рекламно-информационная работа, маркетинговые исследования, координация зарубежной деятельности местных турадминистраций. ENIT подчиняется Департаменту по туризму и полностью финансируется из госбюджета [6].

В соответствии с вышесказанным, по масштабам международного туризма и способу организации туристской отрасли для Республики Беларусь наиболее приемлема европейская модель управления. Когда все вопросы решаются в многоотраслевом министерстве на уровне соответствующего отраслевого подразделения, чаще всего это министерство с экономическим уклоном.

Однако для эффективного функционирования этой модели целесообразно государственное финансирование отрасли (по меньшей мере, частичное), что продиктовано необходимостью участия государства в формировании и продвижении национального турпродукта, осуществлении маркетинговых исследований, рекламно-информационной деятельности, организации и проведении международных туристских выставок, конференций, семинаров, формировании базового пакета инвестиционных проектов в области развития туристской инфраструктуры и т. п.

Регулирование международного туризма в Республике Беларусь осуществляется посредством международных договоров и соглашений и национальных законодательных и других нормативно-правовых актов, регулирующих туристскую деятельность, а также юридическими актами, регулирующими хозяйственные правоотношения [2].

Уровень разработанности нормативно-правовой базы не позволяет обеспечить динамичное развитие туристского комплекса и расширение экспорта туристских услуг. Белорусское законодательство не приравнивает обслуживание иностранных посетителей к экспортным услугам, что не соответствует нормам международного права. По этой причине туристские предприятия, которые обеспечивают программы обслуживания иностранных посетителей, в настоящее время лишены государственной поддержки [3].

Нормативно-правовое обеспечение экспорта туристских услуг нуждается в совершенствовании. Следует также отметить неразработанность правовых основ функционирования отдельных элементов туристского комплекса (гостиничное хозяйство, транспортное и экскурсионное обслуживание и др.), развития социального туризма, предоставления государственной поддержки производителям туристского продукта.

Качество туристских впечатлений во многом определяется уровнем подготовленности персонала, его гостеприимством и радушием.

Уровень квалификации туристских кадров Беларуси сложно оценить однозначно, однако следует отметить явный недостаток опыта привлечения и приема иностранных туристов, нехватку квалифицированных специалистов, владеющих иностранными языками (особенно в регионах), недостаточное знание туристских возможностей республики и конъюнктуры зарубежных рынков работниками туристских предприятий. На предприятиях государственного сектора отсутствует система эффективного материального стимулирования труда в зависимости от его результатов [5].

Положительным фактором следует считать появление рынка образовательных услуг в сфере туризма. Однако количество вузов, участвующих в подготовке туристских кадров, невелико с учетом опыта соседних стран. Согласно оценкам специалистов, качество подготовки кадров на большинстве вновь созданных туристских кафедр невысокое, так как многие из этих учебных заведений непрофильные по отношению к туристской деятельности и не обладают необходимой материальной базой, учебно-методическими материалами и квалифицированным преподавательским составом.

Отсутствуют системный подход к решению проблемы подготовки кадров для туристского комплекса Беларуси, четкое представление о современной и перспективной потребности в кадрах различной специализации и уровня квалификации.

На современной стадии развития туристского рынка одним из важнейших факторов конкурентоспособности становится активная научно-исследовательская деятельность. Главным национальным центром научных исследований в сфере туризма является Белорусский государственный университет, где ведутся соответствующие разработки, охватывающие широкий круг проблем рекреационно-туристской деятельности. Однако в целом возможности научно-исследовательской работы в сфере туризма (ресурс знаний) в Беларуси используются недостаточно эффективно. Исследователи и практики туристского бизнеса Беларуси отмечают отсутствие благоприятного туристского имиджа республики на внешних рынках и излишне сложные пограничные формальности, ограничивающие поток иностранных посетителей. Беларусь, на протяжении

столетий входившая в различные государственные образования, в настоящее время мало известна абсолютному большинству потенциальных посетителей как суверенное государство и практически неизвестна на уровне отдельных туристских регионов, маршрутов и объектов. Имидж республики на международной арене в определенной степени носит негативный характер в силу сложных политических отношений со странами Запада, распространенного мнения о Беларуси как о радиоактивно загрязненном регионе и других факторов.

Формирование благоприятного туристского имиджа страны – приоритетное направление деятельности Национального агентства по туризму, учрежденного Министерством спорта и туризма.

Соседние страны заметно опережают Беларусь и в плане формирования региональных структур, ответственных за рекламно-информационное обеспечение туристской деятельности.

Участие Беларуси в крупнейших европейских туристских ярмарках и выставках (Берлин, Лондон, Москва и др.) осуществлялось на уровне конкурирующего предложения отдельных фирм («Белинтурист», «Внешинтурист», «VIP-Tours», «Белорусский спутник» и др.) без представления общего национального стенда. Следствием недостаточно активной деятельности по продвижению национального туристского продукта является низкая популярность Беларуси на мировом туристском рынке.

Относительно высокая стоимость въездной визы и длительные процедуры, связанные с пограничными формальностями, оказывают негативное влияние на возможности использования имеющихся конкурентных преимуществ туристского потенциала.

На начальном этапе представляется целесообразным снижение стоимости въездной визы, по крайней мере, для организованных туристских групп, а также максимальное упрощение процедуры ее получения для граждан из развитых стран с низкой степенью риска нелегальной миграции.

Следует отметить, что негативное восприятие иностранцами пограничных формальностей при въезде в Беларусь возрастает по мере постоянной либерализации условий туристских поездок в Европе и в мире в целом [3].

**В целях развития системы государственного регулирования и поддержки туристской деятельности необходимо реализовать следующие меры:**

- разработать проекты нормативных правовых актов по вопросам обеспечения государственного регулирования международной торговли туристскими услугами с учетом вступления Республики Беларусь во Всемирную туристскую организацию;
- совершенствовать законодательство по вопросам развития въездного и внутреннего туризма, упрощения визовых процедур, таможенного и пограничного контроля;
- подготовить предложения по совершенствованию методики формирования платежного баланса туристской отрасли с учетом рекомендаций Всемирной туристской организации;
- разработать политику государственного регулирования в вопросах ценообразования для определения оптимального порога рентабельности туристского бизнеса в целях обеспечения конкурентоспособности и стабильной доходности всех производителей на рынке туристских услуг;
- обеспечить безопасность национального туризма;
- развивать сотрудничество в области туризма с зарубежными странами на основе международных договоров;
- улучшить качество обслуживания туристов в соответствии с требованиями стандартизации, сертификации, лицензирования туристской деятельности;
- совершенствовать систему подготовки и повышения квалификации кадров в сфере туризма;
- обеспечить достаточный уровень финансирования отрасли, в том числе за счет привлечения кредитных ресурсов;
- обеспечить максимальный уровень координации деятельности в сфере туризма между заинтересованными республиканскими органами государственного управления, исполнительными и распорядительными органами.

1. Александрова, А. Ю. Международный туризм / А. Ю. Александрова. – М.: Аспект Пресс, 2004. – 240 с.
2. Закон Республики Беларусь «О туризме» № 326-3 от 25.11.1999 г.;
3. Капшевский, В. Ю. Каким быть туризму Беларуси? / В. Ю. Капшевский, Г. Р. Потаева. – Минск: Туризм и отдых, 1998. – 213 с.
4. Квартальнов, В. А. Стратегический менеджмент в туризме: современный метод управления / В. А. Квартальнов. – М.: Финансы и статистика, 1999. – 491 с.;
5. Кириллов, А. Т. Услуги и международный туризм в системе внешнеэкономических связей: автореф. дис. ... канд. экон. наук / А. Т. Кириллов. – Л.: 1982. – 19 с.
6. Колесник, Н. В. Международный туризм в сфере услуг мирового товарообмена / Н. В. Колесник. – М., 1999. – 196 с.