

(№ 4 и 13) подтвердили свой уровень знаний, у остальных – существенный недобор. Так, 20 % аттестуемых (№ 5, 6 и 14) снизили свои показатели на 4 балла – с итоговой отметки 9 до 5, один (№ 6) – с 8 до 4. Семь человек (№ 2, 7–11 и 15), что составляет 46,7 %, упустили три балла, перейдя с пятого или четвертого уровня знаний на третий, и 2 студента (13,3 %) остались в пределах своего уровня знаний, хотя и недобрали по одному баллу. В итоге следует отметить в целом неудовлетворительный уровень подготовки студентов, которые будут учиться по сокращенному сроку обучения по дисциплине «География международного туризма», так как общее снижение качества знаний наблюдается у 74,4 % учащихся. Графическое подтверждение сделанного вывода представлено на рисунке.

Чем можно объяснить этот негативный факт? Вероятно, существует две причины. Первая отмечалась выше и сводится к банально несопоставимой разнице в общем объеме программных часов, предусмотренных учебными планами колледжей и Института туризма (общая составляет 2,7 раза, в том числе лекционного курса 1,4 раза, практических занятий – 3,5 раза).

Возможно, вторую причину следует искать в том, что программами колледжей вовсе не предусмотрено изучение блока «Виды туризма», хотя курс называется «Страноведение и география туризма», т. е. география видов туризма в ходе курса не рассматривается вовсе. Кроме того, отсутствуют темы, характеризующие международный туризм как глобальное социально-экономическое явление современности, включая раздел «Современное состояние и перспективы развития международного туризма». Далее, туристическое районирование в программе «Страноведение и география туризма» подается в произвольной форме, а не в рамках, предложенных Всемирной туристической организацией (UNWTO), что не соответствует типовой программе «География международного туризма», разработчиком которой является Институт туризма УО «БГУФК». Следует также отметить, что совершенно неясно, изучается ли в ходе занятий географическая и туристическая номенклатура стран мира.

Однако опыт подсказывает, что, возможно, корни неудовлетворительного знания географических дисциплин лежат еще глубже, и ситуация упускается из-под контроля еще в школе. Во время проведения практических занятий четко обнаруживается отсутствие у студентов 1-го курса системных знаний в области географии, многие элементарные понятия (например, «тропик», «полярный круг», «урбанизация» и многие другие) в принципе не сформированы. Кроме того, очень большие трудности вызывает у студентов изучение географической номенклатуры, а как следствие – отсутствие навыка свободного владения географической картой с целью формирования пространственного представления о местоположении основных рекреационных объектов.

1. Кодекс Республики Беларусь об образовании 13 января 2011 г. № 243-З: [Электронный ресурс]: Код доступа: <http://www.pravo.by/main.aspx?guid=3871&p0=hk1100243>. – Дата доступа 14.11.2012.

2. Справочник для поступающих в Белорусский государственный университет физической культуры в 2012 году / сост.: М. Е. Кобринский [и др.]; Белорус. гос. ун-т физ. культуры. – Минск: БГУФК, 2012. – 163 с.

## **ЭФФЕКТИВНОСТЬ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ТУРИСТИЧЕСКИХ ОРГАНИЗАЦИЙ И ФАКТОРЫ ЕЕ ПОВЫШЕНИЯ**

*Вашко И. М., кандидат экономических наук, доцент,*

Институт туризма Белорусского государственного университета физической культуры,  
Республика Беларусь

Развитие туризма в Республике Беларусь, повышение эффективности деятельности субъектов хозяйствования, работающих в данной сфере, является актуальной задачей.

В республике сформирована нормативная правовая база, регулирующая деятельность в сфере туризма, используется программно-целевой подход в ее планировании и организации. В Законе Республики Беларусь «О туризме» определены приоритетные направления развития туризма, включая поддержку и развитие туристической индустрии, международного въездного и внутреннего туризма. Ключевые направления развития туризма отражены в Государственной программе развития туризма на 2011–2015 гг., разработанной Министерством спорта и туризма Республики Беларусь и утвержденной Советом Министров Республики Беларусь, а также в местных программах развития туризма. Целью является создание благоприятных условий для формирования эффективного конкурентоспособного туристического рынка, способного обеспечить широкие возможности удовлетворения потребности белорусских и иностранных граждан в туристических услугах. Указом Президента Республики Беларусь от 2 июня 2006 г. № 371 «О некоторых мерах государственной поддержки развития туризма в Республике Беларусь» определены налоговые льготы по различным видам налогов (налог на добавленную стоимость, налог на прибыль) для ряда организаций, оказывающих туристские и экскурсионные услуги.

Анализ уровня развития туризма в Республике Беларусь позволяет сделать вывод, что, несмотря на имеющийся туристский потенциал, страна не имеет значимой позиции на мировом туристском рынке, не включена в рейтинг Всемирного экономического форума наиболее привлекательных для туризма стран (The Travel & Tourism Competitiveness Index 2013). Из 15 тыс. объектов культурного и природного наследия Беларуси в туристских целях используется менее 5 %. Согласно данным Национального статистического комитета Республики Беларусь, в 2012 г. на каждого прибывшего иностранного туриста приходилось четверо белорусских граждан, выезжавших за рубеж (в 2005 г. – шестеро). Численность организованных туристов, прибывших в республику в 2012 г., составила 118,7 тыс. человек, что на 2,3 % больше, чем в 2011 г., в то время как прогнозный показатель составлял 145 тыс. чел. (Приложение 1 к Государственной программе развития туризма в Республике Беларусь на 2011–2015 гг.). В 2012 году численность туристов, организованно выезжавших из Республики Беларусь за рубеж, составила 492,8 тыс. человек и увеличилась по сравнению с 2011 годом в 1,5 раза. Услугами туристских организаций в 2012 г. воспользовалось более 670 тыс. организованных туристов и 602 тыс. экскурсантов. Средняя загрузка гостиниц и аналогичных средств размещения в Беларуси в 2012 г. составила 43 % и по сравнению с 2011 г. увеличилась на 2 %.

В экономике Беларуси удельный вес доходов от туризма в ВВП составляет 0,5 %, в общем товарообороте сферы услуг – около 10 %, что значительно ниже уровня экономически развитых стран (7 % и 25 % соответственно). Показатель выручки от оказания туристических услуг имеет положительную динамику, и, согласно данным Белстата, составили в 2010 г. – 156656,1 млн руб. (в 2009 г. – 119480,8 млн руб.).

По состоянию на конец 2012 г. в Республике Беларусь осуществляли туроператорскую и турагентскую деятельность 958 организаций (в 2010 г. – 783). Туристические организации частной формы собственности составляют более 80 %, организации с иностранной формой собственности или с иностранным участием – более 8 %.

По данным Министерства по налогам и сборам Республики Беларусь в 2012 г. в Беларуси функционировало 1775 субъектов агротуризма (на 199 больше, чем в 2011 г.). Из 222,6 тыс. чел., воспользовавшихся услугами агротуризма в 2012 г. (в 1,5 раза больше, чем в 2011 г.), количество граждан Республики Беларусь составило 82,7 %.

Результаты анализа развития туризма в Республике Беларусь позволяют сделать вывод о положительных тенденциях в развитии туризма, в то же время эластичность спроса на туристические услуги отразилась в воздействии мирового экономического кризиса на уровень показателей развития туризма в предыдущие годы. При положительной динамике ряда показателей можно отметить низкую эффективность развития въездного туризма, недостаточное использование возможностей предпринимательского сектора в индустрии туризма и гостеприимства, в том числе в развитии совместного предпринимательства, привлечении инвестиций.

Развитие национальной экономической системы Беларуси предполагает использование всех факторов, обеспечивающих активизацию экономической деятельности, включая сферу туризма. Важную роль играет стимулирование предпринимательской деятельности в данной области. Малый и средний, крупный бизнес широко представлен в структуре и инфраструктуре туризма в развитых и развивающихся странах. В мировой практике туроператоры представляют крупные национальные, транснациональные туристические компании, которые специализируются на производстве туристического пакета (продукта), и преимущественно их прибыль обеспечивается за счет оптовых продаж. В Беларуси туроператорами являются около 100 организаций, но масштабы их деятельности не соответствуют уровню экономически развитых стран. Преимущественно туристические организации являются малыми организациями (коммерческие организации со средней численностью работников за календарный год от 16 до 100 человек включительно) или микроорганизациями (коммерческие организации со средней численностью работников за календарный год до 15 человек включительно).

В мировой практике эффективная организация предпринимательской деятельности основана на использовании различных бизнес-моделей, процессном подходе к организации бизнес-процессов. Для современных экономических систем характерным является одновременное функционирование крупных, малых и средних предприятий, сложная комбинация различных по масштабам видов экономической деятельности: крупных с тенденцией к монопольным структурам и небольших, формирующихся под влиянием многих факторов. Крупные организации могут аккумулировать значительно большие капиталы, иметь филиалы в различных регионах, в других странах и т. д. В то же время в ряде сфер, где не требуются значительные капиталы, отмечается большой рост предприятий малого и среднего бизнеса, индивидуальных предпринимателей.

В современных условиях в мировой практике формируются и широко используются качественно новые модели предпринимательства. Развиваются формы, предполагающие объединение усилий разных участников, представляющих предпринимательский и государственный секторы, несущих ответственность за принятые решения. Эти формы представляют собой более высокую степень взаимодействия структур управления различного уровня. Новые модели предпринимательской деятельности позволяют создавать формы взаимодействия государственных и предпринимательских структур, государственно-общественно-частных организаций. Анализ международного опыта позволяет сделать вывод о возможности формирования в современных условиях новых моделей предпринимательства, которые позволяют многократно повышать эффективность использования ресурсов и создают условия для лидерства в конкурентной борьбе.

Следовательно, в условиях Беларуси активизация предпринимательского сектора тоже могла бы способствовать повышению эффективности туристической деятельности. Представляется возможным более широко использовать преимущества малых организаций в ведении бизнеса: близость к местным рынкам и ориентация на спрос потребителей; гибкость, способность быстро переориентироваться на новые потребности, приспосабливаться к конъюнктуре рынка, быстро реализовать новые проекты, идти на риск в условиях конкурентной борьбы.

Стратегической задачей является создание крупных отечественных туроператоров, использование эффекта масштаба в туристической деятельности, интеграция в систему туристических международных сетей. В реализации данного направления деятельности перспективным является развитие государственно-частного партнерства.

Использование возможностей франчайзинга в туристической деятельности дает возможность адаптировать передовой международный опыт, внедрять международные стандарты и технологии, повышать качество обслуживания туристов, способствовать наращиванию туристских потоков. Договор франчайзинга позволяет крупной организации развивать свою деятельность в новых регионах, улучшать имидж компании, вести более эффективную ценовую политику, а малому предприятию – использовать разработанную технологию производства, бизнеса, торговую марку, снижать риск при реализации туристических услуг и услуг гостеприимства. Развитие системы франчайзинга значительно влияет на повышение инвестиционной активности региона, так как позволяет вовлекать в бизнес средства отдельных предпринимателей, недостаточные для открытия ими своего бизнеса.

Важную роль имеет инвестиционная политика в сфере туризма как составная часть государственной экономической политики, которая формируется исходя из целей и задач экономического развития. Необходимым является учет особенностей, состояния и тенденций развития индустрии туризма и гостеприимства, направленность на достижение планируемых объемов совокупных чистых инвестиций, направляемых на обновление основного капитала для обеспечения устойчивого экономического роста. Значимую роль в реализации инвестиционной политики имеют институциональные инвесторы, аккумулирующие временно свободные финансовые ресурсы (инвестиционные фонды, страховые организации, кредитные союзы, инвестиционные банки), что позволяет осуществлять масштабное движение финансового капитала. Управление инвестициями на государственном уровне должно обеспечивать реализацию следующих функций: анализ, прогнозирование развития рынка инвестиций в индустрии туризма и гостеприимства; разработку стратегических направлений инвестиционной политики с учетом прогнозов развития данной сферы; определение потребностей в инвестиционных продуктах; разработку целевых инвестиционных программ; контроль и регулирование инвестиционной деятельности.

Перспективной сферой развития предпринимательства, повышения его активности является инфраструктура индустрии туризма и гостеприимства. В то же время необходимым является развитие элементов инфраструктуры поддержки предпринимательства в сфере туризма. Помощь в организации деятельности субъектов предпринимательства, бизнес-планировании, маркетинговых исследованиях, консалтинговые услуги, содействие в кредитно-денежной поддержке, поиске партнеров по развитию бизнеса и др. являются значимыми в повышении эффективности предпринимательской деятельности.

1. Туризм и туристические ресурсы в Республике Беларусь: статистич. сб. – Минск: Национальный статистический комитет Республики Беларусь, 2011. – 131с.

2. Туризм в Республике Беларусь в 2012 г. // Национальный статистический комитет Республики Беларусь. Официальный сайт [Электронный ресурс]. – 2013. – Режим доступа: <http://belstat.gov.by/homep/tu/indicators/pressrel/main.php>.

3. Государственная программа развития туризма в Республике Беларусь на 2011–2015 гг.: Утв. Постановлением Совета Министров Республики Беларусь от 24 марта 2011 г. N 373 // Консультант Плюс: Беларусь. Технология 3000 [Электронный ресурс]. ООО «ЮрСпектр», Нац. центр правовой информ. Республики Беларусь. Минск, 2010.

## **АКТУАЛЬНОСТЬ ПРЕПОДАВАНИЯ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ «ИНОСТРАННЫЙ ЯЗЫК (ПРОФЕССИОНАЛЬНАЯ ЛЕКСИКА)» ДЛЯ СТУДЕНТОВ ИНСТИТУТА ТУРИЗМА**

*Денисенко А. А.,*

*Курбыко Т. А.,*

*Киселева О. Н.,*

Институт туризма Белорусского государственного университета физической культуры,  
Республика Беларусь

В настоящее время туризм становится все более прибыльным и популярным видом деятельности в Беларуси. Он дает возможность трудоустройства большому количеству людей и предполагает наличие широкого спектра должностей, начиная с руководителей (директор туристической организации, менеджер по туризму, начальник отдела туристической организации), специалистов (гид-переводчик, культуролог-аниматор, экскурсовод, руководитель туристической группы), заканчивая другими служащими (агент по туризму, метрдотель,