

ОРЛОВСКИЙ
ГОСУДАРСТВЕННЫЙ
УНИВЕРСИТЕТ
имени И.С. Тургенева

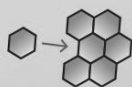


Ф О Р У М

Развитие туристской индустрии в контексте глобальных изменений рынков

II Международная
научно-практическая
конференция

**«Интеграция туризма
в экономическую
систему региона:
перспективы и барьеры»**



ЦЕНТР КЛАСТЕРНОГО
РАЗВИТИЯ



ОРЁЛ
ТУРИСТИЧЕСКИЙ



24 - 25 апреля

Орёл – 2020

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ
УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
«ОРЛОВСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ ИМЕНИ И. С. ТУРГЕНЕВА»

**ИНТЕГРАЦИЯ ТУРИЗМА
В ЭКОНОМИЧЕСКУЮ СИСТЕМУ РЕГИОНА:
ПЕРСПЕКТИВЫ И БАРЬЕРЫ**

**Материалы
II Международной научно-практической конференции
(24 – 25 апреля 2020 года, г. Орёл)**

Научное электронное издание

Орёл
ОГУ имени И. С. Тургенева
2020

УДК 338.48:332.1
ББК 65.433:65.04
И73

Редакционная коллегия:

Е. Ф. Дудина – канд. филол. наук (отв. ред.);
М. С. Шмарков – канд. экон. наук, доцент;
В. А. Козлова – канд. экон. наук, доцент;
Л. И. Губарева – канд. пед. наук, доцент.

И73 Интеграция туризма в экономическую систему региона: перспективы и барьеры / материалы II Международной научно-практической конференции, (24 – 25 апреля 2020 года, г. Орёл). – Орёл: ОГУ имени И. С. Тургенева, 2020. – 1 электрон. опт. диск (DVD-R). – Системные требования: стационарные и переносные компьютеры с операционной системой Windows версии 7 и выше; процессор x64 3,3 GHz и выше; 28,965 Mb свободной памяти HDD; цветной дисплей с диагональю экрана от 10.1” (1280 × 800 точек) и больше; наличие подключения к сети интернет, дисковод, мышь.

ISBN 978-5-9929-0905-0

В сборник включены материалы II Международной научно-практической конференции, проведённой в Орловском государственном университете имени И. С. Тургенева 24 – 25 апреля 2020 года. В статьях рассматриваются передовые методики эффективной организации деятельности предприятий туристской индустрии, позволяющие разработать эффективные стратегии пространственного развития туризма в регионах, способствующие их экономическому росту; формированию новой, соответствующей современности, фундаментальной научной базы организации туристской деятельности в регионах.

Издание адресовано учёным, научным работникам, профессорско-преподавательскому составу, представителям бизнес-сообщества, студентам, аспирантам, обучающимся в сферах туризма, гостеприимства и экономики.

УДК 338.48:332.1
ББК 65.433:65.04

ISBN 978-5-9929-0905-0

© ОГУ имени И. С. Тургенева, 2020

СОДЕРЖАНИЕ

СЕКЦИЯ 1 РАЗВИТИЕ МАЛОГО И СРЕДНЕГО БИЗНЕСА И ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСКОЙ ИНИЦИАТИВЫ В СФЕРЕ ТУРИЗМА

| | |
|---|----|
| Беккулиева Б. М., Дүйсеннова Р. Ж., Алдажарова А. Т. ЦИФРОВИЗАЦИЯ ЭКОНОМИКИ – ВОЗМОЖНОСТИ В ТУРИСТСКОЙ ОТРАСЛИ..... | 5 |
| Ветрова Е. С., Шмарков М. С. ИССЛЕДОВАНИЕ УДОВЛЕТВОРЕННОСТИ ПОТРЕБИТЕЛЕЙ ТУРИСТСКИХ ПРОДУКТОВ, РЕАЛИЗУЕМЫХ ТУРИСТСКИМИ ОРГАНИЗАЦИЯМИ ГОРОДА ОРЛА..... | 11 |
| Карташев К. В., Беляев А. В. ОЦЕНКА КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЙ РЕГИОНАЛЬНОГО ТУРИЗМА..... | 17 |
| Кострюкова О. Н., Коптенко М. Е. РАЗВИТИЕ БИЗНЕСА В СФЕРЕ ТУРИЗМА С ПОМОЩЬЮ PR, РЕКЛАМЫ И ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСКИХ ИНИЦИАТИВ..... | 22 |
| Кравченко Н. А. К ВОПРОСУ РЫНОЧНОГО РЕГУЛИРОВАНИЯ ТУРИСТСКО-РЕКРЕАЦИОННОГО КОМПЛЕКСА..... | 27 |
| Ли М. Р., Мамасадилов А. А., Абдурахмонов А. А. АНАЛИЗ РАЗВИТИЯ БИЗНЕСА И ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА В СФЕРЕ ТУРИЗМА..... | 32 |
| Липатова Д. А., Данилов А. Ю. ОСОБЕННОСТИ МАРКЕТИНГОВЫХ КОММУНИКАЦИЙ ТУРИСТСКИХ АГЕНТСТВ..... | 36 |
| Макаренко Е. А. ОСНОВНЫЕ ПРОБЛЕМЫ РАЗВИТИЯ СТРАХОВАНИЯ В РОССИИ ТУРИСТОВ ИЗ СТРАН С БЕЗВИЗОВЫМ РЕЖИМОМ..... | 42 |
| Масякина А. Н., Коннова М. В., Дугина С. Ю., Губарева Л. И. ОСОБЕННОСТИ СТРАТЕГИЧЕСКОГО ПЛАНИРОВАНИЯ И УПРАВЛЕНИЯ ОРГАНИЗАЦИЯМИ СФЕРЫ ТУРИСТСКИХ И ГОСТИНИЧНЫХ УСЛУГ..... | 48 |
| Мацука Е. А., Сидорович А. А. ОЦЕНКА ЭФФЕКТИВНОСТИ ИНТЕРНЕТ-ПРОДВИЖЕНИЯ ТУРИСТИЧЕСКИХ ФИРМ (НА ПРИМЕРЕ САЙТОВ ТУРФИРМ Г. БРЕСТА)..... | 54 |
| Морозов М. М. НАПРАВЛЕНИЯ ФОРМИРОВАНИЯ КОМФОРТНОЙ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСКОЙ СРЕДЫ В ТУРИЗМЕ И ГОСТИНИЧНОМ БИЗНЕСЕ..... | 58 |
| Пономарева И. Ю., Слемзина А. О. РАЗВИТИЕ МАЛОГО И СРЕДНЕГО ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА В СФЕРЕ ТУРИЗМА В ТУЛЬСКОЙ ОБЛАСТИ..... | 63 |
| Пьянова Н. В., Алекса Е. А., Попова А. И. РОЛЬ И МЕСТО ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА В СФЕРЕ РАЗВИТИЯ ТУРИСТСКОЙ ИНДУСТРИИ РЕГИОНА..... | 69 |
| Рудникова Н. П., Лидинфа Е. П. СПЕЦИФИКА ОРГАНИЗАЦИИ РЕГИОНАЛЬНОГО УПРАВЛЕНИЯ РАЗВИТИЕМ ТУРИЗМА ОРЛОВСКОЙ ОБЛАСТИ..... | 76 |
| Советкали О. С., Маметова Н. Б., Сейдуалин Д. А. ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ МАЛОГО БИЗНЕСА В СФЕРЕ ТУРИЗМА, В РЕСПУБЛИКЕ КАЗАХСТАН..... | 81 |
| Сапунова Е. В., Коннова М. В., Дугина С. Ю., Губарева Л. И. МЕТОДЫ ОЦЕНКИ И УПРАВЛЕНИЯ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТЬЮ ПРЕДПРИЯТИЯ ПРИ ФОРМИРОВАНИИ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСКОЙ ИНИЦИАТИВЫ В ТУРИЗМЕ..... | 86 |
| Сидорович А. А. ФОРМИРОВАНИЕ ТУРИСТИЧЕСКОГО РЫНКА В БЕЛАРУСИ: ОРГАНИЗАЦИОННО- ПРАВОВЫЕ ОСНОВЫ..... | 92 |

предприятиям, осуществляющим туристскую деятельность, необходимо использование методов стратегического маркетинга в качестве эффективного инструмента повышения конкурентоспособности турфирмы за счет повышения качества предоставляемых услуг.

Обсуждение результатов. Рассмотрены методы оценки конкурентоспособности туристского предприятия. Определены подходы и цели управления конкурентоспособностью. Охарактеризованы четыре основных уровня конкурентоспособности туристского предприятия и определены методы и подходы к управлению и маркетингу на каждом из уровней. Представлены ключевые факторы успеха туроператорских и турагентских организаций. Осуществлены новые обобщения и выводы, которые характеризуют «конкурентоспособность туристского предприятия» в качестве экономической категории.

Список литературы:

1. Безрутченко, Ю. В. Маркетинг в социально-культурном сервисе и туризме [Электронный ресурс]: учебное пособие / Ю. В. Безрутченко. — Электрон.текстовые данные. — Саратов: Корпорация «Диполь», Ай Пи Эр Медиа, 2013. — С. 199 — 2227-8397. — Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/16475.html>.
2. Кнышова, Е. Н. Маркетинг туризма: Учебное пособие / Е.Н. Кнышова. - Москва: ИД ФОРУМ, НИЦ ИНФРА-М, 2013. – С. 352.
3. Коль, О. Д. Маркетинг в туристской индустрии: учебник и практикум для академического бакалавриата / О. Д. Коль. — Москва: Издательство Юрайт, 2018. — С. 355.
4. Мусалитина, М. С., Шмарков, М. С., Влияние геополитических факторов на развитие рынка туризма и деятельность компаний / М. С. Мусалитина, М. С. Шмарков // Вестник ОрелГИЭТ, 2016. № 2 (36). С. 134-139.
5. Шмарков, М. С., Шмаркова, Л. И. Взаимодействие предпринимательских структур на рынке туризма: формы, проблемы и перспективы / М. С. Шмарков, Л. И. Шмаркова // Вестник ОрелГИЭТ, 2015. № 4 (34). С. 74-84.
6. Шмарков М. С., Шмаркова Л. И. Проблема стратегических изменений при взаимодействии организации с турбулентной внешней средой / М. С. Шмарков, Л. И. Шмарков // Вестник ОрелГИЭТ, 2013. № 1 (23). С. 26-31.
7. Шнайдерман, А. Л. Партизанский маркетинг в туризме [Электронный ресурс] — Электрон.дан. — Москва: Манн, Иванов и Фербер, 2014. — С. 224 — Режим доступа: <https://e.lanbook.com/book/62301>.

УДК 338.48

ФОРМИРОВАНИЕ ТУРИСТИЧЕСКОГО РЫНКА В БЕЛАРУСИ: ОРГАНИЗАЦИОННО-ПРАВОВЫЕ ОСНОВЫ

*Сидорович Александр Александрович,
кандидат географических наук, доцент,
доцент кафедры туризма и страноведения,
«Брестский государственный университет имени А.С. Пушкина»,
Беларусь, Брест*

Аннотация: В статье представлены ключевые этапы формирования туристического рынка Беларуси; проведена оценка основополагающих норм законодательства, регулирующего правоотношения в сфере туризма; приведены основные целевые параметры реализации туристической политики в Беларуси. Первый этап

включает первую половину 1990-х гг. характеризуется бессистемным развитием туристического рынка Беларуси. Вторая половина 1990 – первая половина 2000-х гг. (второй этап) отличается созданием отдельного министерства, занимающегося вопросами спорта, физической культуры и туризма с уделением внимания последнему по остаточному принципу. В этот период были приняты специальные программы развития туризма и разработан Закон «О туризме». Третий этап охватывает период от середины 2000-х гг. по настоящее время. В этот период устанавливается упрощенный порядок осуществления деятельности по оказанию услуг в сфере сельского и экологического туризма (агроэкотуризм), вводятся льготы по уплате налога на прибыль и налога на добавленную стоимость для субъектов туристической деятельности, осуществляющих деятельности в сфере внутреннего и въездного туризма, в одностороннем порядке вводятся элементы безвизового режима для граждан порядка 75 государств.

Ключевые слова: туризм, туристический рынок Беларуси, программа развития туризма.

THE FORMATION OF TOURISM MARKET IN BELARUS: ORGANIZATIONAL AND LEGAL BASE

Sidarovich Alexander,
candidate of geographical sciences, associate Professor,
associate Professor at the Department of tourism and regional geography,
Brest State University named after A.S. Pushkin,
Belarus, Brest

Abstract: This article provides investigation key stages in the formation of the tourism market in Belarus and an assessment of the fundamental norms of legislation governing relations in the field of tourism. The main target for the implementation of tourism policy in Belarus are given. The first phase includes the first half of the 1990s. This period is characterized by unsystematic development of the tourism market in Belarus. The second half of 1990 – the first half of the 2000s. (the second stage) is distinguished by the creation of a separate ministry dealing with sports, physical education and tourism. During this period, special tourism development programs were adopted, the Law on Tourism was developed. The third stage covers the period from the mid-2000s. until now. A simplified procedure is established for the provision of services in the field of rural and ecological tourism (agroecotourism), privileges are introduced for the payment of income tax and value added tax for tourism entities engaged in domestic and inbound tourism unilaterally elements of a visa-free regime are introduced for citizens of about 75 states.

Keywords: tourism, tourism market of Belarus, tourism development program.

Введение. Широкий спектр задач, которые решаются туристической сферой, определяют место туризма в системе государственных приоритетов. Выступая в качестве многоотраслевого комплекса, туризм решает не только экономические задачи (сфера извлечения дохода, фискальные поступления), но и социальные (обеспечение занятости, восстановление физических и интеллектуальных сил населения, повышение его образовательного и культурного уровня), гуманитарные (установление межнациональных коммуникаций, формирование терпимости к другим культурам, традициям, взглядам, привнесение передовых идей и мировоззренческих установок). Распад СССР в начале 1990-х гг. ко всему прочему ознаменовал крушение одной из глобальных моделей социально-экономического развития, базирующейся на государственной и коллективной собственности на средства производства. В настоящее время единственным глобальным вектором социально-экономического развития является тренд рыночного хозяйствования и демократизации общества, по которому развиваются и постсоветские

государства. Переход на новые условия хозяйствования потребовал перестройки и всей системы функционирования туристического комплекса, в том числе требовалось создание нормативно-правовой базы, направленной на его сохранение и обеспечение конкурентоспособности. Соответствующая юридическая база и организационная структура управления туризмом в Беларуси сформировалась в конце 1990 – начале 2000-х гг. Однако даже к началу 2020-х гг. так и не была решена ключевая задача по обеспечению положительного сальдо внешней торговли туристическими услугами, а выездной поток организованных туристов в 3–4 раза превышает организованный поток туристов, посетивших страну. При этом, на наш взгляд, приоритетным направлением развития туризма в Беларуси по объективным основаниям является не столько развитие въездного туризма, сколько стимулирование и поддержка внутреннего туризма, способного обеспечить основу для повышения конкурентоспособности и востребованности национального турпродукта Беларуси на зарубежных рынках.

Обзор литературы. Проблемы развития туризма в Беларуси находят отражение в работах ученых, представляющих различные научные направления, области исследования и научные школы. В экономических работах активно разрабатывается тематика обеспечения конкурентоспособности туристического комплекса [1]. В юриспруденции широко представлены работы по анализу гражданско-правовых аспектов туристической деятельности [2], географические исследования, как правило, направлены на выявление территориальных закономерностей и тенденций развития туристической сферы как в контексте внутреннего туризма, так и въездного [3, 4]. Так, Л.В. Сасим отмечает, что многолетние ограничения в развитии выездного туризма в СССР определили повышенный спрос на внешний турпродукт, а доступность соответствующих туров достигалась и благодаря введению рядом стран (Болгария, Венгрия, Чехия и др.) безвизового въезда в 1990-е гг. для привлечения туристов из стран СНГ. И. Н. Яхновец в свою очередь указывает на отсутствие в национальном законодательстве ряда ключевых определений, которые способствовали бы гармоничному становлению туристической отрасли Беларуси. В совместной работе Д.В. Никитюка и А.А. Сидоровича обосновывается необходимость введения безвизового режима, что позитивно отразится на туристических и экономических связях в целом.

Методология исследования. В основу проведенного исследования по выявлению ключевых этапов становления и формирования туристического рынка Беларуси положен юриспруденциальный методический подход, базирующийся на ретроспективном анализе норм законодательства в сфере туризма. Источником правовых документов выступала информационно-поисковая система «ЭТАЛОН-ONLINE». При этом следует отметить, что использование термина «туристический» взамен «туристский» обусловлено его фиксацией в ключевом специальном нормативно-правовом документе Беларуси – Законе «О туризме», принятом в 1999 году [5]. Вместе с тем, в первоначальной редакции текста данного документа использовался термин «туристский». Соответствующие изменения были внесены в 2007 году.

Практическая значимость, предложения и результаты внедрений, результаты экспериментальных исследований. Туристический рынок представляет собой систему отношений, связывающих производителей турпродукта и потребителей. Для обеспечения нормального и комфортного доступа туристов к объектам туристического интереса функционируют субъекты туристической индустрии – субъекты рынка, деятельность которых направлена на удовлетворение потребностей туристов как во время путешествия, так и при его организации. Становление и формирование туристического рынка Республики Беларусь базировалось на основе туристического комплекса, созданного в советский период. Особенностью развития туризма в тот период было монопольное положение государства на осуществление туристической деятельности, которая осуществлялась в Беларуси тремя организациями – филиалами Бюро международного молодежного туризма «Спутник» ЦК ВЛКСМ, Всесоюзным акционерным обществом по иностранному туризму в СССР

«Интурист» (ВАО Интурист) и Белорусским советом по туризму и экскурсиям (БСТЭ) Белорусского республиканского совета профессиональных союзов (Белсовпрофа).

Во 2-й половине 1980-х годов в период «перестройки» зарождалось частное предпринимательство в виде кооперативных предприятий и индивидуальной трудовой деятельности. Это стало возможным благодаря принятию Закона СССР «Об индивидуальной трудовой деятельности» в ноябре 1986 года и Постановления Совета Министров СССР «О создании кооперативов по производству товаров народного потребления» в феврале 1987 года [1]. Непосредственно в туристической сфере кооперативы не получили широкого распространения ввиду специфики деятельности. Однако кооперативы, функционирующие в других сферах, послужили основой для накопления первоначального капитала, который впоследствии был использован и для открытия частных туристических фирм. Вместе с тем процесс либерализации хозяйственной деятельности, в том числе и в сфере туризма, в конце 1980 – начале 1990-х годов происходил без надлежащего учета интересов государства и населения. Происходило нарушение хозяйственных связей, механизмов приема и обслуживания туристов, снижение туристических потоков, разрушение инфраструктуры, масштабное хищения имущества. С распадом СССР прекратила существование единая туристско-экскурсионная система, начался период становления национального туризма и зарождение частного туристического бизнеса.

В начале 1990-х годов на базе Белорусского управления Госкоминтуриста СССР (ранее – Отделение ВАО «Интурист») было создано ЗАО «Белинтурист», преобразованное в 1996 году в одноименный Национальный туристический концерн, подчиненный Министерству спорта и туризма. В 2011 году предприятие было преобразовано в филиал Государственного предприятия «ЦентрКурорт», находящегося в подчинении Управления делами Президента Республики Беларусь.

В 1991 году на базе БСТЭ было создано Туристско-экскурсионное унитарное предприятие «Беларустурист», которое находится в подчинении Федерации профсоюзов Беларуси. В настоящее время организация представляет собой сеть из 8 гостиничных и 6 туристско-оздоровительных комплексов, 1 туристической базы и 1 дома отдыха, 15 бюро путешествий и экскурсий, а также автотранспортного предприятия – Унитарного предприятия «Белавтотурист». «Беларустурист» специализируется на размещении туристов, организации экскурсионного обслуживания, реализации собственных автобусных туров пляжного отдыха в Затоку (Украина). Одно из направлений специализации – экскурсионное обслуживание корпоративных российских групп и индивидуальных туристов, прием групп российских школьников.

На базе Бюро международного молодежного туризма «Спутник» было образовано ЗАО «Белорусский Спутник» (владелец бренда) с представительствами во всех областных центрах в виде туристического общества с дополнительной ответственностью «БММТ Спутник» г. Гродно и обществ с дополнительной ответственностью «Бюро международного молодежного туризма «Спутник» в остальных областных центрах. Учредителями ЗАО «Белорусский Спутник» являются Минский горисполком, ОО «Белорусский Республиканский Союз молодежи», ГП «Аква-Минск», Акционерное общество «Спутник» г. Москвы. Основное направление деятельности – въездной туризм (прием и обслуживание иностранных туристов – экскурсионное обслуживание, бронирование гостиниц, визовая поддержка).

Стимулом к объединению туристического бизнеса в Беларуси стала туристическая выставка «Турбизнес-94», проходившая в Минске с 7 по 10 декабря 1994 года. Международная туристическая выставка «Турбизнес» проводится регулярно, как правило, в сентябре (в 2019 году состоялась 26-я выставка). Также ежегодно в апреле в г. Минске проводится международная весенняя ярмарка туристических услуг «Отдых» (в 2019 году состоялась 22-я ярмарка). Программа выставок предусматривает презентации, круглые столы, семинары по наиболее актуальным проблемам туристической отрасли. Их

организатором выступает РУП «Национальный выставочный центр «БелЭкспо» и Министерство спорта и туризма Республики Беларусь.

В целом первая половина 1990-х годов характеризовалась хаотичным развитием туристической сферы. Отсутствие соответствующей нормативно-правовой базы в условиях массового создания частных предпринимательских структур создавало в общественном сознании иллюзию широкой доступности и организационно-правовой упрощенности этого вида бизнеса. В то же время деловые контакты с международными и зарубежными туристическими организациями были минимальными, а на государственном уровне отсутствовал единый координирующий туристический орган. Лишь в ноябре 1995 года было создано Министерство спорта и туризма (Минспорта), что позволило повысить эффективность государственного управления сферой туризма. Ранее регулирование в сфере туризма осуществляло Министерство внешнеэкономических связей Республики Беларусь. В 2004 году в структуре министерства был создан Департамент по туризму, в состав которого входят отдел планирования и организации туристской деятельности и отдел маркетинга и качества туристических услуг. Департамент наделен государственно-властными полномочиями и осуществляет функции Минспорта в области туризма. Подразделение имеет самостоятельный баланс, счета в банках, печать и бланки с изображением Государственного герба Республики Беларусь со своим наименованием и наименованием Минспорта.

В 1996 году было введено лицензирование туристической деятельности. Одним из условий для получения соответствующей лицензии (разрешения) выступало соблюдение требований к уровню профессиональной подготовки персонала. Важное значение для развития туристической сферы Беларуси имела разработка и вступление в силу Закона «О туризме» (№ 326-3 от 25 ноября 1999 года), в который в последующие годы вносились дополнения и изменения (2003, 2007, 2010, 2011 и 2016 годы).

Правовой основой для интенсификации развития туризма послужили Указы Президента Республики Беларусь № 371 «О некоторых мерах государственной поддержки развития туризма в Республике Беларусь» и № 372 «О мерах по развитию агроэкотуризма в Республике Беларусь» от 2 июня 2006 года. Первым Указом от налога на добавленную стоимость (НДС) и от налога на прибыль освобождались услуги в сфере въездного и внутреннего туризма, услуги по экскурсионному обслуживанию в течение 3 лет с начала деятельности туристических объектов. С 2012 года норма об освобождении от уплаты НДС была введена для реализации путевок организациями, осуществляющими санаторно-курортное лечение и оздоровление населения. Перечень соответствующих организаций определяется Советом Министров Республики Беларусь. По состоянию на 1 мая 2019 года таких организаций было 174.

Указ № 372 стимулировал развитие агроэкотуризма за счет создания упрощенных условий осуществления соответствующей деятельности для жителей сельской местности, в частности по заявительному принципу и с уплатой сбора в размере 1 базовой величины (БВ) в год (по состоянию на 1 января 2020 года – 27 бел. руб. ≈ 800 рос. руб.). В 2008 году Указом Президента № 185 «О некоторых вопросах осуществления деятельности в сфере агроэкотуризма» льготный порядок оказания услуг в сфере агроэкотуризма был расширен за счет жителей малых и средних городских поселений численностью до 20 тыс. человек. С 2010 года на аналогичных условиях оказывать услуги в сфере агроэкотуризма могут и сельскохозяйственные организации при условии ведения раздельного учета доходов. Общее число комнат в агроэкоусадьбе для размещения агроэкотуристов не может превышать 10.

Еще ранее в сентябре 1997 года в целях создания условий для дальнейшего развития туризма постановлением Совета Министров была принята Государственная программа развития физической культуры, спорта и туризма на 1997–2002 годы. В дальнейшем по мере признания важности туризма принимались целевые программы по его развитию – Национальные программы развития туризма Республики Беларусь на 2001–2005 годы и 2006–2010 годы, Государственная программа развития туризма в Республике Беларусь на

2011–2015 годы. Действие данных программ было направлено на создание благоприятных условий для формирования конкурентоспособного туристического рынка, обеспечивающего удовлетворение потребности белорусских и иностранных граждан в туристических услугах; увеличение вклада туризма в развитие национальной экономики.

В настоящее время действует Государственная программа «Беларусь гостеприимная» на 2016–2020 годы, которая разработана в соответствии с приоритетами социально-экономического развития Республики Беларусь на 2016–2020 годы (ее ключевыми приоритетами являются рост и диверсификация экспорта товаров и услуг, обеспечение сбалансированности внешней торговли). Программа состоит из двух подпрограмм – «Кадровое, научное и учебно-методическое обеспечение в сфере туризма» и «Маркетинг туристических услуг». Целевыми показателями подпрограммы «Кадровое, научное и учебно-методическое обеспечение в сфере туризма» выступают численность туристов и экскурсантов, отправленных по маршрутам в пределах территории Республики Беларусь; численность аттестованных экскурсоводов и гидов-переводчиков; количество разработанных и обновленных экскурсий и туров. К основным целевым показателям подпрограммы «Маркетинг туристических услуг» относятся численность иностранных граждан, посетивших Республику Беларусь; количество организованных туристов и экскурсантов, посетивших Республику Беларусь; количество проведенных маркетинговых мероприятий, направленных на продвижение туристического потенциала Республики Беларусь (выставки, презентации, ознакомительные туры). Основным сводным целевым показателем программы является экспорт туристических услуг, т. е. внешняя торговля туристическими услугами посредством их оказания белорусскими исполнителями иностранным заказчикам. К 2020 году экспорт туристических услуг должен составить 180,9 млн долларов США, из которых чуть больше половины должен обеспечить г. Минск. При этом по итогам 2015 года экспорт составил около 151 млн долларов США.

В 2000-х годах была налажена система подготовки профессиональных кадров для туристической индустрии. Численность учащихся в учреждениях среднего специального образования по профилю образования «Физическая культура. Туризм и гостеприимство» на начало 2018/19 учебного года составляла 1,6 тыс. человек, а численность студентов в учреждениях высшего образования по аналогичному профилю образования – 7,0 тыс. человек. При этом на начало 2005/06 учебного года число учащихся было 0,7 тыс. человек, а студентов – 4,1 тыс. человек.

В 2005 году на территории Беларуси были созданы 27 туристических зон, в том числе 5 в пределах Брестской области. Также в этом же году Беларусь присоединилась к ЮНВТО, что позволило активизировать участие в международных туристических проектах. В 2015 году был введен безвизовый порядок пребывания в Национальном парке «Беловежская пуца» сроком до трех суток при въезде через пункт пропуска Переров (Беловежа). С 2016 года аналогичный режим был введен для посещения с туристическими целями специального туристско-рекреационного парка «Августовский канал» и прилегающих к нему территорий (г. Гродно и ряд сельсоветов Гродненского района) на срок до пяти суток. В 2017 году был установлен безвизовый порядок въезда в Беларусь через Национальный аэропорт «Минск» и пребывания на срок не более 30 суток (первоначально до 5 суток) для граждан 74 государств мира (рисунок 1). В целях повышения эффективности использования объектов туристической инфраструктуры и дальнейшего развития трансграничного туризма с 1 января 2018 года был введен безвизовый порядок въезда и пребывания в туристических целях на срок до 10 суток на территории туристско-рекреационной зоны «Брест» (г. Брест, Брестский, Жабинковский, Каменецкий, Пружанский районы Брестской и Свислочский район Гродненской области) и специального туристско-рекреационного парка «Августовский канал» и прилегающих к нему территориях (территория парка, г. Гродно и Гродненский район) для граждан 75 государств.

Выводы (заключение). В ходе исследования определены этапы формирования рынка туристических услуг. Первый этап включает первую половину 1990-х гг. и характеризуется бессистемным развитием туристического рынка Беларуси. Вторая половина 1990 – первая половина 2000-х гг. (второй этап) отличается созданием отдельного министерства, занимающегося вопросами спорта, физической культуры и туризма с уделением внимания последнему по остаточному принципу. Однако к концу этапа в составе Министерства спорта и туризма было создано структурное подразделение с правами юридического лица – Департамент по туризму. Принимаются специальные программы развития туризма и, главное, был разработан и вступил в силу Закон «О туризме». Третий этап охватывает период от середины 2000-х гг. по настоящее время. В этот период устанавливается упрощенный порядок осуществления деятельности по оказанию услуг в сфере сельского и экологического туризма (агротуризм), вводятся льготы по уплате налога на прибыль и налога на добавленную стоимость для субъектов туристической деятельности, осуществляющих деятельности в сфере внутреннего и въездного туризма, в одностороннем порядке вводятся элементы безвизового режима для граждан порядка 75 государств. В целом при достигнутых успехах в развитии туристической сферы остается ряд нерешенных проблем, среди которых наиболее острыми являются недостаточное обеспечение развитие внутреннего туризма и отсутствие безусловного, полноценного безвизового режима со сторонами, имеющего высокий потенциал спроса на белорусский турпродукт.

Обсуждение результатов. Практическая значимость проведенного исследования заключается в систематизации данных о развитии туристической индустрии Беларуси и ее нормативно-правовом обеспечении. Представленные этапы формирования и становления туристического рынка Беларуси и выполненная оценка обоснованности ряда норм, закрепленных в соответствующих, нормативно-правовых актах, выступает основой для совершенствования правового регулирования туристического рынка Беларуси.

Список литературы:

1. Киреенко, Е. Г., Решетников, Д. Г. Конкурентоспособность туристского комплекса Республики Беларусь: современные тенденции и вызовы: моногр. / Е. Г. Киреенко, Д. Г. Решетников, А. И. Тарасенок и др. - Минск: Ковчег, 2018. – С. 400.
2. Яхновец, И. Н. Генезис гражданского законодательства в сфере туристической деятельности с 1991 года до нашего времени / И. Н. Яхновец // Право. - 2011. № 2. С. 97–101.
3. Никитюк, Д. В., Сидорович, А. А. Малое приграничное движение в Беларуси: реализация и перспективы развития / Д. В. Никитюк, А. А. Сидорович // Вестник Киевского национального университета имени Тараса Шевченко. Серия «География». - 2016. № 1 (64). С. 65–70.
4. Сидорович, А. А., Сидорович, Т. Н., Хомич, А. Ф. Въездной туризм в Беларуси: состояние и перспективы развития / А. А. Сидорович, Т. Н. Сидорович, А. Ф. Хомич // Веснік Брэсцкага ўніверсітэта. Серыя 5. Хімія. Біялогія. Навукі аб зямлі. - 2018. № 1. С. 94–105.
5. Информационно-поисковая система «ЭТАЛОН-ONLINE» [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://etalonline.by> (дата обращения: 24.03.2020).

УДК 338.484.6

**КЛАСТЕРЫ МЕДИЦИНСКОГО ТУРИЗМА В ФОРМИРОВАНИИ
МАРКЕТИНГОВОЙ ПОЛИТИКИ ИНДУСТРИИ ПОДДЕРЖАНИЯ
ЗДОРОВЬЯ И ДОЛГОЛЕТИЯ**