

## НАПРАВЛЕНИЯ РАЗВИТИЯ ТУРИЗМА. ВЫБОР ПУТИ РАЗВИТИЯ

1. Туризм представляет собой наиболее динамично развивающуюся отрасль мировой экономики. Динамика роста продаж в течение последних десятилетий выглядит впечатляюще, объем продаж туристских услуг значительно превысил показатели продаж в автомобилестроении и нефти — традиционных лидеров мировых продаж конца 80-х. Существенно возросла и доля туризма в общемировых доходах. Туризм стал восприниматься рядом развивающихся государств как один из путей развития и источник пополнения национальных валютных резервов, и как следствие этого, все большее количество государств вовлекается в международный туризм. Вместе с тем, и сам мировой туристский рынок претерпевает серьезные изменения. Несмотря на сохранение лидирующих позиций по приему и обслуживанию туристских потоков государствами Европы и Соединенными Штатами Америки, наиболее высокие темпы увеличения приема иностранных туристов на протяжении последних лет сохраняются в Азиатском регионе и ряде государств Африки. Обострение конкуренции между мировыми туристскими регионами за привлечение туристских потоков — вот одна из характерных черт современного состояния международного туризма.

2. Развитие туризма на национальном или региональном уровне требует разработки политики соответствующих органов власти по отношению к развитию туризма. При формировании такой политики необходимо учитывать определенные *проблемы и сложности*, характерные для данной отрасли в настоящее время:

- а) сложность и комплексность самой отрасли, ее неоднородность;
- б) необходимость сочетания различных интересов производителей, регионов и государства в целом;
- в) возрастание роли маркетинговой концепции в управлении туризмом;
- г) необходимость противодействия конкуренции других туристских регионов или государств.

В наших условиях требуется учитывать дополнительные проблемы развития инфраструктуры как прямой (туристские гостиницы, объекты показа и пр.), так и косвенной (транспортные коммуникации, пограничные переходы и т.п.). Отсутствие должного опыта государственного воздействия и регу-

лирования в условиях рынка на всех уровнях (местный, национальный: туристская администрация в Республике Беларусь создана 8 лет назад).

3. Необходимость *выбора модели* развития туризма. Мировая практика предлагает широкое поле для анализа и достаточно большое количество разнообразных моделей развития туризма как отрасли. От полного государственного контроля за развитием туристского предложения и рынка (Китай, бывший СССР, ряд иных государств) до полного "невмешательства" государства в рыночные взаимоотношения (США, Великобритания и др.) Наиболее распространенной является модель, когда государство сохраняет за собой функции координации деятельности различных министерств, регионов, разработку и реализацию политики в сфере туризма, функции маркетинга. Как отмечалось в докладе Генерального секретаря Всемирной туристской организации г-на Франческо Франджали на конференции Европейской комиссии ВТО в Зальцбурге (апрель 1997 г.), одна из тенденций в развитых государствах Европы и США характеризуется передачей все больших полномочий в сфере туристской политики на местный уровень и невмешательством в функционирование туристского рынка, т.е. возрастанием роли частного производителя туристских услуг.

При выборе модели развития туризма необходимо определить и международную туристскую специализацию государства. Так, Беларусь, видимо, имеет все основания развивать модель, близкую к моделям Центральноевропейских государств, и в частности ФРГ, которая при достаточно сильных позициях в приеме иностранных туристов рассматривается, прежде всего, как основной потребитель туристского предложения других регионов.

4. Реализация модели развития должна воплощаться в разработке государственной политики в сфере туризма. На мой взгляд, основными положениями такой политики должны стать:

а) установление общегосударственных целей и приоритетов;

б) создание механизмов, регулирующих деятельность субъектов туристского рынка (проблема – необходимость создания правовых взаимоотношений производителей, посредников, потребителей, государства – не инструкциями, а соответствующей законодательной базой; видимо, назрела потребность в создании кодекса хозяйственного права не только для туризма);

в) распределение полномочий в сфере туристской политики между различными уровнями – НТА, районными (область) и местными;

г) регулирование не деятельности отдельных субъектов хозяйствования, а процессов, происходящих на туристском рынке;

д) наделение НТА должностными полномочиями для координации деятельности иных государственных органов в интересах развития туризма и его инфраструктуры;

е) реализация основных положений маркетинговой концепции в сфере управления туристской отраслью (т.е. формирование благоприятного имиджа, национальная реклама, пропаганда, стимулирование поездок в Республику Беларусь, организация информационных центров за рубежом и др.);

ж) установление определенных стандартов и норм в осуществлении туристской деятельности.

*З.М. Горбылевা  
БГЭУ (Минск)*

## **К ВОПРОСУ О МЕТОДОЛОГИИ УЧЕТА В ТУРИЗМЕ**

Туризм, как известно из мировой практики, постоянно расширяет сферу своего влияния как на мировую экономику, так и на экономику отдельных стран. Так, по данным ВТО, международный туризм продолжает увеличивать свои объемы: на 4,6 % выросло число международных поездок, на 7,6 % возросли доходы от туризма. Количество международных туристских поездок достигло в 1996 г. 593 млн дол. Доходы от отрасли побили все предшествующие рекорды и составили 423 млрд дол.

Самые высокие результаты в туристской отрасли демонстрируют страны Ближнего Востока, Европа.

По мнению экспертов ВТО, ежегодно рост туристских объектов будет увеличиваться в среднем на 4 %, достигнув к 2000 г. 700 млн международных туристских посещений и 600 млрд дол. прибыли. К 2000 г., по прогнозам ВТО, число международных туристских поездок составит 1 млрд, а ежегодные доходы от туризма увеличатся почти в 4 раза — до 1550 млн дол. США.

Анализируя платежный баланс Республики Беларусь за первое полугодие 1998 г., следует отметить, что по статье "Услуги", куда относится и туризм, отмечается их положительное сальдо. Так, к примеру, импорт услуг составил за этот период 204,7 млн дол. и вырос на 58,3 %, что вызвано существенным ростом таких видов услуг, как туристские. Они увеличились на 26,4 %, что составило в общем объеме импорта услуг 32,4 %.