

стандартизации методов отбора проб и проведению контроля качества, а также хранению плодов, овощей и картофеля. Отличительной особенностью зарубежных стандартов на свежую плодоовощную продукцию является более четкое изложение основных требований к качеству, четкое подразделение на категории и сорта, внимание к безвредности продукта для потребителя и др.

Сравнительный анализ отечественных и зарубежных стандартов на свежую плодоовощную продукцию позволяет заключить, что действующие в Республике Беларусь стандарты не в полной мере соответствуют аналогичным европейским и мировым стандартам и нуждаются в существенной доработке. Для повышения качества вновь разрабатываемых стандартов и приближения их к мировому уровню следует руководствоваться рекомендациями ИСО.

Во вновь разрабатываемых стандартах или пересмотре действующих необходимо самое серьезное внимание уделить вопросу безопасности и безвредности данной продукции. С этой точки зрения целесообразно включение в стандарты на свежую плодоовощную продукцию специального раздела «Гигиенические требования» или же в разделе «Технические требования» таблицу показателей качества дополнить показателями гигиенических нормативов качества. Кстати, во всех зарубежных стандартах на данную продукцию выделяется самостоятельный раздел «Гигиена», в котором отражены все показатели.

Ч.К. Шульга
*Министерство спорта и туризма
Республики Беларусь*

ОСНОВНЫЕ ТЕНДЕНЦИИ РАЗВИТИЯ ВНУТРЕННЕГО ТУРИЗМА В БЕЛАРУСИ

Беларусь, как и большинство стран, образовавшихся после развала СССР, переживает далеко не простую ситуацию в сфере туризма.

Продолжает снижаться объем экспорта услуг, растет отрицательное сальдо. В 2000 г. оно приблизилось к цифре 100 млн дол. США. Материальная база туризма в большинстве своем нуждается в реконструкции. Белорусский потребитель практически не имеет сведений о внутреннем туристском продукте, не может составить мнение о возможных вариантах отдыха, провести сравнение. Как результат, большинство желающих отдохнуть в стране интересуется район Браславских озер или озера Нарочь. Приходится констатировать, что многие дети за 11 лет учебы в школе не были в г. Минске, ни разу не сходили в турпоход. Значительная часть населения страны является потенциальными клиентами различных форм туризма, но на практике сейчас реализуют свой отдых только на садовых участках или какими-либо другими самостоятельными способами.

Вместе с тем необходимо отметить, что сегодня государственная политика в области туризма направлена на создание условий для возрождения туристской активности.

Принята Национальная программа развития туризма в Республике Беларусь на период 2001–2005 гг., где все акценты государственной политики заявлены.

Приоритетной задачей программы является содействие развитию внутреннего и въездного туризма, создание условий для возрождения молодежного, детского, образовательного и социального туризма.

Для реализации данной задачи предлагается целый ряд мероприятий. Среди наиболее важных следует отметить следующие:

- создать условия отдыха своим соотечественникам у себя на родине. Открыть Беларусь для белорусов;
- в ближайшие год-два подготовить и издать ряд путеводителей, карт, схем, где ярко и красочно отразить все действующие и перспективные туристские маршруты, места отдыха. Показать план их обустройства — что нужно сделать в первую очередь, чтобы наиболее рационально их использовать (подъездные пути, смотровые площадки и т.д.).

Аналогичную работу необходимо осуществить на областном и районном уровнях. В этих путеводителях нужно отра-

зить абсолютно все достопримечательности каждого города и села:

- проведение различных акций по пропаганде туризма в стране;

- разработку стандартов по предоставлению туруслуг как гарантии защиты потребителя от некачественных услуг.

Из-за отсутствия возможности должного финансирования государством отрасли туризма в ближайшее время (2-3 года) в первую очередь будет наблюдаться тенденция развития видов туризма, не требующих больших инвестиционных затрат на развитие. К их числу можно отнести: *организацию познавательных туров для учащейся и студенческой молодежи*. Здесь нельзя ориентироваться на коммерческую выгоду. На первом месте должна стать идеология. Именно развитие этого направления поможет воспитывать посредством туризма у наших детей и молодежи чувства любви и уважения к своему родному городу, району, где он родился и вырос. Во-вторых, это наше туристское завтра, любовь и уважение к правильному отдыху, путешествию, полученные в этом возрасте, будут сопровождать его всю последующую жизнь. Это своего рода инвестиции в завтрашний туризм Беларуси;

2) *самодеятельный туризм*. Этот вид туризма перспективен как для школьной молодежи, так и для взрослого поколения, максимально доступен по стоимости, требует минимум обустроенности. В последнее время наблюдаются тенденции к активному туризму. Основа для возрождения есть: Академия физического воспитания и спорта готовит в достаточном количестве кадры для этого вида туризма, природные условия позволяют организовывать самодеятельный туризм, сохранились туристские клубы практически во всех районах республики. Так, например, только в Гомельской области работает 19 туристских клубов и 313 туристских секций. Только в 2000 г. в области закуплено туристского инвентаря и снаряжения на сумму около 4 млн р.

В ближайшее время будет проявляться тенденция — развитие индивидуального туризма, путешествие семьями или компаниями друзей и знакомых. В летний период (июнь-сентябрь) места на более приспособленных базах будут востребованы на 100 %. Продолжительность отдыха, как пра-

вило, будет составлять 10–14 дней. Туристские базы, в первую очередь, будут увеличивать объем предлагаемых услуг, что увеличит их доход и поможет в ее развитии. Количество мест для отдыха в курортных местах будет увеличиваться за счет использования услуг частного сектора (сельские дома, частные квартиры и т.п.), обустройства автокемпингов, используя в этих целях прицеп-дачи «Купава» производства Минского автомобильного завода. Финансовая основа этой перспективы — частный капитал. Это не требует особых финансовых и временных затрат.

Прямое воздействие на развитие внутреннего туризма в межсезонье окажет увеличение продолжительности оплачиваемого отпуска, а также тенденция деления отпуска на две части, что позволит в течение года совершать два путешествия (летом и зимой). Как правило, одно из них может быть по Беларуси, тем самым будет увеличиваться количество отдыхающих в межсезонье, что позволит более рационально использовать материальную базу, обеспечит занятость местного населения круглый год.

Эта тенденция может получить хороший импульс, если использовать хорошо зарекомендовавшую во многих странах систему «отпускных чеков», дотаций государства на отдых в период с октября по апрель. Принимая во внимание невысокую покупательную способность, население склонно совершать путешествия на досуге лишь по конкретному и важному поводу, т.е. нужен мотив. Именно мотивированный туризм будет являться основой роста внутреннего туризма.

Такими весомыми причинами к путешествию на короткий период времени являются столь известные культурно-массовые мероприятия, как “Славянский базар” в г. Витебске, “Золотой пляжер” в г. Могилеве, праздник города, спортивные события и т.п. Путешествия с участием в массовых культурно-развлекательных мероприятиях или мероприятиях, которые проходят в определенный период времени (карнавал в Венеции проводится 1 раз в году и длится 10 дней), более перспективны, чем просто путешествия с посещением музеев и памятных мест. Эта тенденция характерна в последние годы во многих странах мира. Например, во

Франции на первом месте по посещаемости стоит Диснейленд, а затем Лувр и др.

Спустя 3–5 лет начнет активно развиваться эко- и агротуризм. Экотуризм может увлечь в первую очередь вчерашних школьников и студентов, а также граждан, активно путешествующих по миру, которые в большей степени подвержены влиянию общеевропейскому, где экология на сегодня в сознании людей очень высоко ценится. Экотуризм — это не только один из способов остановить процесс разрушительного воздействия на природу, но и довольно прибыльный вид бизнеса. Для организации этого вида туризма нужны минимальные затраты. Организовать экологические тропы, оборудовать места для фотоохоты и наблюдения за представителями дикой фауны. Рост населения, процесс урбанизации, приводящий к концентрации населения и формированию подвижного стереотипа жизни. Жители крупных городов остро чувствуют необходимость в смене обстановки для восстановления затрат физических и духовных сил. Все это может способствовать развитию агротуризма.

Агротуризм прежде всего получит поддержку от жителей крупных и средних городов, не имеющих близких родственников в сельской местности.

Образ жизни молодых людей, который все больше связан с компьютерными играми, просмотрами различных видеofilмов подталкивает их испытать (проявить) себя в нестандартных условиях. Это может послужить развитию экстремального туризма. Для этого можно использовать возможности Национальных парков, болота «Великий мох» в Витебской области, бывших военных городков, солигорских терриконов и т.д.

Для того чтобы эти тенденции успешно развивались, необходимо исходить из принципов:

- предлагаемый турпродукт не должен быть унифицированным «всею годящимся», необходимо подстраиваться под потребности различных групп потребителей;
- определяющим при подготовке предлагаемого турпродукта должна являться возможность свободы выбора маршрута и мобильного изменения его программы;

- комфортности информационной среды. Здесь нужна широкая сеть информационных центров, где можно получить любую интересующую информацию, как по телефону, так и при личной беседе. Именно благодаря такой системе любой желающий сможет выбрать оптимальный вариант своего отдыха и путешествия.

Реализация практических задач возможна только при понимании их теми, кто работает в турбизнесе и активной поддержке органами государственного управления.