

Исходя из проведенных исследований, можно сделать вывод, что для увеличения доли туризма в экономике Брестской области необходимо максимальное использование ее географического положения, имеющихся туристских ресурсов, а также совершенствование качества предложений турслуг.

### Литература

1. Новости Беларуси [Электронный ресурс] // БелТА. — Режим доступа: <http://www.belta.by/regions/view/tranzitnyj-turizm-namereny-razvivat-v-2016-godu-v-brestskoj-oblasti-179222-2016/>. — Дата доступа: 28.02.2016.

2. Стратегия устойчивого развития Брестской области на 2016–2025 годы [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <http://brest-region.gov.by>. — Дата доступа: 29.02.2016.

*Д.В. Досова  
Т.М. Мосензон  
БГЭУ (Минск)*

## ЗАЩИТА ПРАВ ИНОСТРАННЫХ ТУРИСТОВ ПРИ ПРИОБРЕТЕНИИ НЕКАЧЕСТВЕННЫХ ТОВАРОВ БЕЛОРУССКОГО ПРОИЗВОДСТВА

На современном этапе развития общества туристическая отрасль является одним из значимых источников притока иностранной валюты в страну. Иностранцы граждане, посещающие Республику Беларусь с туристическими целями, выступают неотъемлемыми участниками внутренних торговых отношений. Однако после приобретения товаров порой возникают вопросы, связанные с возвратом и обменом некачественных товаров, недостатки которых были обнаружены после вывоза приобретенного товара за пределы границ Республики Беларусь. Эта проблема в большей степени затрагивает товары, приобретенные по системе tax free, так как одним из условий ее функционирования является предоставление сотрудникам таможенных органов не бывшего в употреблении товара или в неповрежденной упаковке. Приобретение товаров по данной системе является весьма привлекательным для иностранных туристов, так как позволяет избежать двойного налогообложения, однако возникновение спорных моментов неизбежно. В соответствии со ст. 20 Закона Республики Беларусь «О защите прав потребителей» потребитель, которому продан товар ненадлежащего качества, если его недостатки не были оговорены продавцом, вправе по своему выбору потребовать замены недоброкачественного товара товаром надлежащего качества, соразмерного уменьшения покупной цены товара, незамедлительного безвозмездного устранения недостатков товара или возмещения расходов по ус-

транению недостатков товара [1]. Однако реализация данного права иностранным потребителям затруднительна.

Для решения данной проблемы в работе предлагается выделение при посольстве Республики Беларусь в различных странах структурного подразделения по вопросам защиты потребительских прав иностранных граждан, приобретающих продукцию белорусского производства за время своего кратковременного пребывания на территории Республики Беларусь. Данное подразделение будет выступать в качестве посредника при урегулировании споров между иностранным покупателем и продавцом — резидентом Республики Беларусь.

Цель данного структурного подразделения — защита потребительских прав иностранных граждан. Его основными задачами являются:

- рассмотрение жалоб и претензий иностранных граждан, которые приобрели продукцию белорусского производства с недостатками;
- урегулирование конфликтных ситуаций, возникающих между сторонами, заключившими между собой договор купли-продажи;
- осуществление замены недоброкачественного товара либо возмещение расходов по устранению его недостатков, а также соразмерного уменьшения покупной цены.

Дополнительной услугой, которую можно реализовать в работе данного подразделения, является функция отправки сувенирной продукции, которую изготавливают специально по заказу клиента и которая не всегда может быть выполнена в срок. К такой продукции можно отнести, к примеру, пошив национального костюма, изготовление охотничьих трофеев или других сувениров ручной работы, что требует определенных временных затрат. Отправка продукции будет осуществляться непосредственно по месту жительства туриста. Таким образом, стимулируется товарооборот и реализуется индивидуальный подход к туристам.

### **Литература**

1. О защите прав потребителей : Закон Респ. Беларусь от 9 янв. 2002 г. № 90-З : в ред. от 29 окт. 2015 г. № 313-З // Нац. реестр правовых актов Респ. Беларусь. — 03.11.2015. — 2/2311.

*Е. Дрозд  
Е. Зуева  
БГЭУ (Минск)*

## **СОВРЕМЕННЫЕ МЕТОДЫ ПРИВЛЕЧЕНИЯ ТУРИСТОВ**

Целью работы является изучение уникальных концепций гостиничного бизнеса и современных методов привлечения клиентов в