

Налоговое стимулирование туристической деятельности является одной из основных составляющих мер косвенного регулирования туристической деятельности и рассматривается учеными как часть общей концепции государственного регулирования данной сферы. Следует отметить, что налоговое стимулирование туристической деятельности становится актуальным тогда, когда государство сокращает прямое финансирование туристической деятельности.

Развитию туристического бизнеса более быстрыми темпами может способствовать Указ Президента Республики Беларусь от 16 мая 2014 г. № 222 «О регулировании предпринимательской деятельности и реализации товаров индивидуальными предпринимателями и иными физическими лицами» через создание равных условий хозяйствования.

Литература

1. Гриценко, В. В. Налоговые льготы как институт налогового права РФ / В. В. Гриценко // Финансовое право. — 2003. — № 3. — С. 16–18.

А.С. Тарновская
БГЭУ (Минск)

РАЗВИТИЕ АГРОЭКОТУРИЗМА В БЕЛАРУСИ

Цель работы— провести опрос среди белорусской молодежи для определения популярности агроэкотуризма; выявить проблемы и внести идеи для развития агроэкотуризма в Беларуси.

Сельский туризм (агроэкотуризм) — это вид деятельности, организуемый в сельской местности, при котором формируются и предоставляются для приезжих гостей комплексные услуги по проживанию и отдыху, питанию, экскурсионному обслуживанию, организации досуга и спортивных мероприятий, занятиям активными видами туризма, организации рыбалки, охоты, приобретению новых знаний и умений [1].

Об отношении молодежи к потенциальной возможности отдыха в агроэкоусадебках можно судить по результатам нашего опроса 49 молодых людей в возрасте от 18 до 29 лет на 25 февраля 2016 г. Мнение людей по данной теме иллюстрируют следующие результаты.

На вопрос, сколько стран они посетили с целью отдыха, были даны следующие ответы: 32 % — 3–5 стран, 30 % — 6–8 стран, 18 % — 1–2 страны, 10 % — больше 10 стран, 6 % — 9–10 стран, 4 % — ни одной. Далее следовал вопрос о выборе между отдыхом в родной стране или за рубежом, на что 92 % из числа опрошенных людей ответили в пользу другой страны. Далее респондентам нужно было ответить на вопрос, интересен ли им сельский туризм в нашей стране, на что 54 %

ответили да; на вопрос о выборе между сельским туризмом в родной стране и за границей 52 % ответили в пользу родной страны.

Последние два вопроса очень важно принять во внимание: молодой человек, имеющий доход, а также возможность потратить его на отдых, был бы не против выбрать сельский туризм, что еще важнее, в собственной стране, однако предпочтение отдает отдыху за границей. Это говорит прежде всего о неграмотной и неэффективной работе отечественной туристической индустрии: неправильная постановка задач и целей при составлении планов развития; отсутствие ориентирования на сильные стороны Беларуси (таких как лесные комплексы, озера, сельская местность, заповедники и т.д.); слабое использование инструментов маркетинга и рекламы не только среди иностранцев, но и среди жителей Беларуси; ужесточение условий для их развития (10%-ный налог на деятельность агроэкоусадеб); сложность получения разрешения на охоту и рыбалку. Также есть проблемы, связанные с климатическими условиями: поток туристов в летний период намного выше, чем в зимний, что сказывается на рентабельности туристической индустрии.

В первую очередь нужно отметить роль маркетинга как средства продвижения туристического продукта. Работа должна проходить как на уровне министерства, так и среди частных предпринимателей. Без грамотной рекламы поток туристов трудно увеличить; люди должны знать не только о возможности приятно и полезно провести отдых, но и об индивидуальности агроэкотуризма в Беларуси. Должна быть помощь со стороны государства: понижение налоговой нагрузки, упрощение получения лицензий на разные виды услуг или их отмена. Как уже было сказано, упор стоит делать не только на иностранных гостей, но и на самих белорусов, так как, исходя из исследований, они готовы потратить свои средства, чтобы провести отдых в собственной стране. Примерами популяризации агроэкотуризма могут быть мероприятия, мастер-классы (например, рыбалка, охота, гончарное дело и т.д.), фестивали, конкурсы (например, на самую большую рыбу), акции, флешмобы, организация недорогого трансфера из города в агроэкоусадьбу и т.д.

Таким образом, комплексная и грамотная работа специалистов поможет усовершенствовать агроэкотуризм в Республике Беларусь, увеличит количество туристов и, как следствие, будет являться источником дохода для развития и процветания государства.

Литература

1. *Клищунова, В. А.* Агроэкотуризм : учеб.-метод. пособие / В. А. Клищунова, Н. М. Борисенко, Я. И. Аношко. — Минск : РИПО, 2014.