

школы туризма БГЭУ подтверждает целесообразность развития и совершенствования этой работы. Это определяется, на наш взгляд, следующим:

— перспективой развития спортивно-оздоровительного туризма в Беларуси в целом, что требует подготовки специалистов к проведению соответствующих мероприятий.

— возможностью использования спортивно-оздоровительного туризма для развития комплекса личностных качеств будущего специалиста в области туризма.

Исходя из этого, спортивно-оздоровительный туризм может выступать как интегративная дисциплина, которая формирует у студентов знания в области организации и методики туристской деятельности с разными возрастными группами населения, а также практические навыки организации и проведения спортивно-туристских мероприятий.

По содержанию учебная дисциплина "Организация спортивно-оздоровительного туризма" связывает туризм как форму физической культуры и туризм как сферу организационной и финансово-экономической деятельности.

Практическую работу по спортивно-оздоровительному туризму можно рассматривать как элемент профессионально-прикладной физической подготовки будущих специалистов. Систематическое участие студентов в туристских мероприятиях способствует не только развитию физических качеств, но и совершенствованию организационных и коммуникативных качеств, необходимых для успехов в профессиональной деятельности.

Проблема заключается в создании целостной системы теоретической и практической подготовки студентов к организации и проведению спортивно-оздоровительного туризма: среди студентов очной формы обучения наблюдается недооценка активного туризма в системе профессиональной подготовки. Прохождение же теоретического курса без опыта участия в туристских мероприятиях не дает желаемого эффекта. Положительный опыт разрешения существующего противоречия достигается за счет расширения спортивной специализации "Спортивный туризм и ориентирование", вовлечения студентов первого и второго курсов к участию в турпоходах и слетах.

Н.А. Левин

Институт предпринимательской деятельности (Минск)

ЭКОЛОГИЧЕСКИЙ ТУРИЗМ: СТИМУЛЫ И ПРЕПЯТСТВИЯ НА ПУТЯХ РАЗВИТИЯ

В общем представлении экологический туризм — это путешествия с целью отдохнуть на лоне природы и насладиться ее красотами. Отдых понимается не как мышечное расслабление. Напротив, путешественник готовит себя к физическим трудностям, но с наградой в виде чистого воздуха, благодатной тишины и радостей от узнавания окружающего мира, не затронутого неуклюжими шагами цивилизации. Экологическая тропа и бивуачная жизнь — романтика туризма, не омрачаемая следами разрушения.

Туристы другого жанра не удовлетворяются впечатлениями от прекрасных ландшафтов, им нужны трофеи — вещественные доказательства общения с природой.

Беларусь имеет все необходимые условия для развития экологического туризма во всем его разнообразии. При этом следует знать, что есть факторы, обуславливающие положительную динамику экотуризма, и причины, которые могут стать серьезным тормозом туристского природопользования.

Стимулы. От других европейских государств, находящихся в соседстве с Республикой Беларусь, нашу страну отличает высокая степень сохранности естественных ландшафтов.

Министерство природных ресурсов и охраны окружающей среды (Минприроды) установило, что в настоящее время общая площадь экологических систем, сохраняющих свойство саморегулирования, составляет большую половину (55%) площади всех охраняемых природных территорий. В настоящее время государственный природно-заповедный фонд Республики Беларусь насчитывает 1 млн 513 тыс. га (7,3 % территории страны).

Очевидно исключительное значение нашей территории для сохранения глобального биологического разнообразия и конкретно для сохранения природы Европейского региона.

Насыщенность экосистем природного фонда Беларуси представителями фауны и флоры находится на уровне, обеспечивающем активное развитие экотуризма. К 2000 году численность наиболее привлекательных для охоты видов животных составляла (в целом по республике округленно в тыс. особей): лося — 15,5; оленя — 4,4; косули — 48,5; кабана — 32,0; волка — 1,3; лисицы — 43,0; зайцев — 220,0; глухаря — 6,2; тетерева — 56,3.

Прейскурант цен на отстрел диких животных довольно высок. Например, за лося надо платить 65—140 тыс. руб., за оленя — 40 — 180, косулю — 10 — 14, за кабана — 18 — 60 тыс. руб. Это для отечественных охотников. Интурист, участвующий в охоттуре, платит в валюте примерно десятикратную цену. Если добытая дичь берется иностранным охотником в качестве трофея (рога у оленых или клыки кабана), то плата за этот продукт значительно возрастает. Так, рога взрослого лося могут оцениваться в тысячу долларов и более, глухарь стоит 300—500 долларов, тетерев — 80.

Как видим, доходы при устойчивом состоянии охотничьей фауны могут быть весьма высокими.

Одновременно приходится констатировать, что экотуризм в целях оздоровительно-духовного обогащения населения находится в зачаточном состоянии, и перспективы его неясны.

Рассматривая богатейшие природные ресурсы Беларуси как базу для развития экологического туризма, необходимо соблюдать главный принцип: нельзя эксплуатировать в целях туризма (любой формы) особо охраняемые (заповедные) территории, представляющие собой эталонные экологические системы. К сожалению, встречаются публикации, где в качестве главного объекта экологического туризма называют единственный заповедник Беларуси — биосферный Березинский. А следовало бы знать побольше о статусе заповедников и не путать их с национальными парками, доступными для посещения туристами. Природная уникальность Березинского заповедника отмечена ЮНЕСКО и удостоена Европейского диплома, учрежденного для биосферных заповедников, включенных в мировую сеть.

В Беларуси достаточно других подходящих для экологического туризма территорий, в том числе особо охраняемых, не имеющих специального ограничения.

Итак, перечислены условия, долженствующие способствовать развитию экологического туризма в РБ. Наверное, можно еще кое-что упомянуть в качестве стимулов. Например, возрастающий природоохранный народный энтузиазм, выступления против крупномасштабных разрушителей окружающей среды — промышленности, транспорта, энергетики. Но, чего греха таить, в гневе этом много от поговорки “в чужом глазу видна соринка...” Впрочем, это уже не плюсы.

Препятствия. Существуют препятствия труднопреодолимые, как груз, растянутый на много лет вперед. И временные преграды, которые под силу устранить в сравнительно короткое время и радикально.

С 26 апреля 1986 г. почти пятая часть территории Беларуси подпала под радиоактивное заражение, захватившее и наиболее экологически благоприятные участки.

В новых создавшихся условиях становилось небезопасным прокладывать туристские маршруты, а походы по экологическим тропам могли иметь трагический исход. Радионуклиды, встроенные в трофические цепи, легко разносятся животными, увеличивая ареал бедствия. Охота на животных, учитывая широту миграций крупных видов, требует осторожности и в тех случаях, когда добыча трофеев ведется на территориях радиационно благополучных.

Что делать? Радикального ответа на этот вопрос мы не будем иметь еще неопределенно долгое время. Как поступать теперь? Очевидно, что организация экологического туризма теперь не сможет обходиться без предварительного радиационного анализа региона, намеченного в качестве туристского объекта.

Будем справедливы, вялый динамизм развития познавательного (бескровного, неприсваивающего, оздоровительного и т.д.) экологического туризма нельзя объяснить одним черныбыльским синдромом. В безмерном обилии ныне действующих фирм и фирмочек (в одном Минске их несколько сотен!), в тумане туристского ажиотажа не находится достойного места для дела благородного, несущего человеку простые, не очень дорогие средства приобщения к щедротам природы. В чем дело? Мало прибыльный бизнес? Это имеет место. Экологическая “незрелость и глухота” населения? Возможно. Низкий профессионализм специалистов, осуществляющих экотуристский бизнес? Да. Экологическая малограмотность отражены в, увы, распространенной фразе: “Сегодня плохая экология”. А имеется в виду плохая погода на дворе или задымленность микрорайона, где живет “эколог”. Курьез этот означает: не все благополучно в профессиональной подготовке ныне действующего поколения биз-

несменов от экологического туризма. Препятствие существенное, но преодолимое. С его устранения и следует начать. Для вузов, готовящих специалистов по туристскому продукту, — задача главная и первоочередная.

Н.А. Лесневская
Белорусский государственный экономический университет (Минск)

МЕТОДОЛОГИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ УЧЕТА ЗАТРАТ В ТУРИЗМЕ

Состав затрат и порядок формирования себестоимости туристских услуг регламентируются в Республике Беларусь законом “О бухгалтерском учете и отчетности” и Основными положениями по составу затрат, включаемых в себестоимость продукции (работ, услуг).

Отраслевые типовые методические рекомендации по планированию, учету и калькулированию себестоимости турпродукта в настоящее время не разработаны. Отсутствие данного нормативного документа не позволяет обеспечить единый подход к определению состава и классификации затрат, методов их учета, калькулирования себестоимости туристского продукта и финансового результата от реализации туристских услуг.

Учет затрат по обслуживанию туристов представляет собой совокупность приемов полного и достоверного отражения расходов туроператоров и турагентов, связанных с предоставлением комплекса услуг, предусмотренных в туристском ваучере, и дополнительных услуг, оказываемых за отдельную плату.

Учет затрат на производство, продвижение и реализацию туристского продукта должны осуществлять туроператоры и турагенты с целью обеспечения оперативно-го, достоверного и полного получения информации о материальных, трудовых и финансовых ресурсах, использованных при оказании туристских услуг.

Особенности туристской деятельности и потребность в достоверной оперативной и итоговой информации для целей управления предприятием предполагают разработку обоснованной классификации затрат, которая должна быть положена в основу организации их бухгалтерского учета. Отраслевые особенности позволяют выделить следующие направления классификации затрат в туризме:

По субъектам хозяйственной деятельности различают затраты, возникающие у туроператора и турагента. Данная классификация обусловлена различными источниками покрытия этих затрат. Туроператор покрывает свои расходы за счет выручки, полученной от продажи сформированных туристских продуктов. Затраты турагента связаны с продвижением и реализацией потребителям сформированных туристских продуктов. Они покрываются за счет комиссионного вознаграждения, сумма которого определяется исходя из согласованных в договоре между турагентом и туроператором цен.

По отношению к производственному процессу различают затраты, возникающие в процессе создания (производства) туристского продукта, в процессе дальнейшего его продвижения и реализации. Данные этапы прохождения туристского продукта определены Законом Республики Беларусь “О туризме”.

Оказание услуг традиционно относилось к производственной сфере, поскольку основная деятельность предприятий сферы обслуживания предполагает исчисление себестоимости оказанной услуги, которая является основой формирования цен.

Согласно принятому закону о туризме основной задачей туроператора является формирование себестоимости туристского продукта и его дальнейшее продвижение. Поэтому возникающие у него затраты подразделяются на производственные и коммерческие. Производственные затраты лежат в основе определения фактической производственной себестоимости и цен на сформированные туристские продукты, а коммерческие — обеспечивают дальнейшее его продвижение. Турагенты непосредственно выполняют функцию продвижения и реализации потребителям туристских услуг, поэтому их расходы относятся к сфере обращения.

По местам возникновения производственные затраты подразделяются на возникающие непосредственно у туристского предприятия и затраты на приобретение прав у сторонних предприятий, услугами которых пользуются туроператоры в целях формирования комплекса реализуемых услуг.

Необходимость данной классификации позволяет обосновать состав производственных затрат у туроператора и определить фактическую производственную себестоимость реализуемых туристских продуктов.