

Норвегии запрещено, так как считается, что оно ущемляет чувство собственного достоинства женщин, потому что кто-то использует их в своих целях. А в Британии это явление рассматривается как дар одной женщины другой и возможно лишь на безвозмездной основе. На Украине, в РФ, некоторых штатах США разрешена продажа услуг суррогатного материнства.

Если в той или иной стране суррогатное материнство запрещено (или существуют значительные ограничения), желающие завести ребенка могут отправиться туда, где законодательство более лояльное или этот процесс никак не регулируется. Раньше одними из крупнейших рынков коммерческого суррогатного материнства были Таиланд и Индия. Потом особенной популярностью пользовались Камбоджа и Непал. Власти этих государств из-за опасений эксплуатации своих граждан начали закрывать подобные клиники, но возникают подпольные. В последние годы Украина стала лидером суррогатного материнства. Согласно данным Украинской ассоциации медицинского туризма репродуктивные технологии находятся в тройке самых популярных медицинских услуг (после офтальмологии и стоматологии), которые пользуются спросом среди иностранных граждан. Основные зарубежные клиенты приезжают из США, Израиля, КНР.

***Р. А. Селюн, С. В. Червак***  
*БГЭУ (Минск)*

*Научный руководитель — М. В. Пуренок, канд. биол. наук, доцент*

## **НЕКОТОРЫЕ ПРОБЛЕМЫ РАЗВИТИЯ ЛЕЧЕБНО-ОЗДОРОВИТЕЛЬНОГО ТУРИЗМА В БЕЛАРУСИ**

Одним из наиболее популярных в мире видов туризма в современных условиях является лечебно-оздоровительный туризм. Беларусь располагает достаточной ресурсной базой для такого вида туризма — наличие природных лечебных факторов (месторождения лечебных грязей, минеральных вод, хвойные леса, живописные ландшафты и т.п.), сеть специализированных санаторно-курортных учреждений разного уровня комфорта, обладающих высококвалифицированным медицинским персоналом и современным оборудованием.

Имеются и ограничивающие факторы, мешающие привлечению значительных потоков медицинских туристов и рекреантов в нашу страну — особенности климата (его неустойчивость), транспортная коммуникация (отсутствие прямого железнодорожного сообщения скоростными поездами дальнего следования с крупнейшими европейскими городами и хабами региона, лоукостов), сложные визовые и таможенные формальности (кроме лиц, въезжающих по безвизовому режиму), специфический имидж страны на мировой арене, не-

достаточная известность Беларуси как туристической дестинации в глобальном масштабе, не всегда соответствующий современным стандартам уровень сервиса, недостаточное владение сотрудниками отрасли английским языком. Все это приводит к сильной зависимости от конъюнктуры постсоветских рынков, в первую очередь от российского. Однако все эти трудности легко преодолимы на основании использования передового мирового опыта при более широком использовании современных технологий, в том числе информационно-компьютерных, использовании инновационных и креативных методов странового продвижения и т.д. Республика Беларусь весьма конкурентоспособна на мировом рынке лечебно-оздоровительного туризма по соотношению «цена—качество», географическому положению, поэтому развитие въездного лечебно-оздоровительного туризма имеет большие перспективы [1].

#### **Источник**

1. *Сабило, В. А.* Анализ использования информационно-компьютерных технологий в продвижении санаторно-курортного продукта / В. А. Сабило, М. В. Пуренок // Человек. Здоровье. Окружающая среда : материалы респ. науч.-практ. конф. с междунар. участием, посвящ. гигиен. аспектам первич. медицин. профилактики заболеваний, Минск, 24–25 окт. 2019 г. — Минск : БелМАПО, 2019. — С. 229–233.

**М. А. Серякова**  
БГУ (Минск)

*Научный руководитель — Д. Г. Решетников, канд. геогр. наук, доцент*

### **СПОРТИВНОЕ МЕРОПРИЯТИЕ КАК ИНСТРУМЕНТ СОЦИАЛЬНОГО РАЗВИТИЯ МЕСТНОГО СООБЩЕСТВА**

На сегодняшний день исследования влияния спортивных мероприятий носят в основном экономический характер, в то время как попытки оценки социальных последствий (эффектов) являются относительно редким явлением. Об этом говорит отсутствие хорошо разработанных методов измерения эффектов спортивных мероприятий, выходящих за пределы экономической области. Социальные воздействия спортивного мероприятия очевидны и неоспоримы, однако сложность состоит в предоставлении научных доказательств устойчивости воздействия, которое «легко увидеть, но трудно доказать» [1, с. 7]. До сих пор остается вопросом, как спланировать социальный эффект и как именно социальное воздействие от проведения спортивных мероприятий может изменить жизнь участников, зрителей, волонтеров и местных жителей в долгосрочной перспективе.