

Важной предпосылкой развития агроэкотуризма является степень развития инфраструктуры. В рамках Государственной программы возрождения и развития села на 2005–2010 годы, утвержденной Указом Президента Республики Беларусь № 150 от 25 марта 2005 г., будет проведена реконструкция и ремонт 4,3 тыс. км местных автомобильных дорог, что обеспечит транспортную связь районных центров с агрогородками и другими населенными пунктами, также запланирована газификация домов (квартир), улучшение электро-, водоснабжения сельского населения и др. Все это позволит объединить потенциальных потребителей и производителей продукта агроэкотуризма, а также обеспечит комфортность пребывания туристов в сельской местности.

Развитие агроэкотуризма невозможно без изучения потенциального спроса на туристский продукт и привлечения потенциальных потребителей. Согласно докладу заместителя министра спорта и туризма Республики Беларусь Ч. К. Шульги, в 2008 г. белорусские усадьбы посетили 39 тыс. человек. Спрос на туристические услуги зависит от уровня дохода населения и отражает мотивированную возможность их приобрести. Согласно данным Министерства статистики и анализа Республики Беларусь, денежные доходы в расчете на душу населения в 2008 г. составили 648 200 руб., в то время как средняя стоимость отдыха в усадьбе от 20 до 40 тыс. в сутки с трехразовым питанием.

В Республике Беларусь законодательно предусмотрены льготы для создания благоприятных экономических условий развития агроэкотуризма, такие как: заявительный принцип регистрации, уплата разового годового сбора, возможность заключения договоров на оказание услуг в сфере агроэкотуризма как непосредственно с агроэкотуристами, так и с туроператорами, льготы и освобождения по налогам и др.

Наличие развитой структуры сельского хозяйства Республики Беларусь, кадрового потенциала, реформирование инфраструктуры, потенциального спроса на туристский продукт, законодательно-правовое обеспечение и многое другое позволяет развивать данный вид туризма как один из прибыльных видов деятельности в сельской местности.

## **РОЛЬ СУПРАСТРУКТУРЫ ТУРИЗМА В РАЗВИТИИ ТУРИСТСКОГО КОМПЛЕКСА РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ**

*Донских С. В., Гродненский государственный университет*

Развитие белорусской туристической индустрии, несмотря на значительные усилия государства, еще не соответствует в полной мере критериям современной конкурентоспособной туристической отрасли. Отчасти это связано с недостаточностью научного обеспечения функционирования отечественного туристского комплекса. В частности, туристическая индустрия рассматривается как «совокупность объектов для размещения туристов, транспортных средств, объектов общественного питания, объектов и средств развлечения, объектов оздоровительного, делового, познавательного и иного назначения, используемых для удовлетворения потребностей туристов, возникающих во время осуществления путешествий и (или) в связи с этим путешествием». Более перспективным и обладающим несомненным эвристическим потенциалом представляется структурный подход к туристической индустрии, предложенный Д. С. Ушаковым. Российский исследователь выделил в рамках туристической индустрии две подсистемы:

1. Инфраструктура туризма часть экономической системы, непосредственно и преимущественно задействованной в производстве, продвижении и продаже турпродукта: — туристические предприятия со своей материальной базой и кадровым потенциалом;

— государственные органы, организующие, регулирующие и контролирующие развитие национального или регионального туристского комплекса;

— система коммерческих и некоммерческих организаций, поддерживающих развитие туризма.

2. Супраструктура туризма часть экономической системы, выполняющая важные экономические и социальные функции, помимо производства и продвижения туристического продукта:

— материально-техническая база ряда субъектов хозяйствования (отели и другие средства размещения, транспортные компании, предприятия общественного питания и т. п.);

— учреждения и объекты культуры (музеи, театры, памятники истории и культуры);

— государственные структуры (почта и связь, пограничная служба);

— иностранные представительства (посольства, консульства).

Таким образом, супраструктура туризма — это важная составная часть туристической индустрии, но ее клиентская база не ограничена только туристами, как это происходит в инфраструктуре туризма. В результате возникает проблема заинтересованности предприятий и организаций супраструктуры туризма в увеличении своих доходов посредством привлечения дополнительных категорий клиентов за счет туристов.

Очевидно, что в настоящее время ключевые элементы белорусской супраструктуры туризма предприятия гостиничной индустрии, общественного питания и транспорта не заинтересованы в привлечении туристов. В конце XX в. они сформировали собственную, относительно непритязательную в плане качества обслуживания клиентскую базу. Для большинства белорусских гостиничных предприятий это граждане, командированные по служебным делам. Оплачивая проживание в гостиницах не за свой счет и воспринимая свое пребывание как элемент работы, а не отдыха, они предъявляют невысокие требования к уровню обслуживания и часто не обращают внимание на несоответствие цены и качества гостиничных услуг. Аналогичным образом многие предприятия общественного питания находятся в ведомственном подчинении и не нацелены на получение прибыли как таковой. Поэтому относительно немногочисленные «коммерческие» предприятия общественного питания не испытывают проблем с клиентской базой за счет проведения традиционных «банкетов и юбилеев». Обслуживание туристов потребует от них новых подходов к формированию ассортимента и технологиям обслуживания клиентов, вплоть до музыкального сопровождения. Наибольшую заинтересованность в привлечении внебюджетных доходов за счет обслуживания туристов проявляют учреждения культуры, но отсутствие в штатах специалистов по менеджменту и маркетингу культуры не позволяет им эффективно использовать имеющийся потенциал.

Таким образом, белорусская супраструктура туризма не просто отстает от уровня развития инфраструктуры туризма (достаточно вспомнить «бум» открытия туристических фирм в первой половине 2009 г., в результате которого было превышено оптимальное соотношение числа туристических предприятий к населению 1:10 000). В настоящее время она не заинтересована в привлечении туристов в качестве дополнительной категории клиентов. Решение этой проблемы в долгосрочной перспективе видится в расширении числа негосударственных коммерческих предприятий и организаций в сфере общественного питания, гостиничной индустрии и транспорта. В ближайшей перспективе по аналогии с туристическими предприятиями возможна такая очевидно непопулярная мера, как доведение плановых заданий по числу иностранных туристов для гостиничных предприятий. В будущем это может привести к формированию на базе ведущих гостиниц современных туристско-гостиничных комплексов.