

Экономический вклад экотуризма в устойчивое развитие регионов возможен при соблюдении следующих условий:

- комплексный подход к развитию туристической деятельности;
- включение экотуризма в региональные планы развития;
- тщательное планирование, эффективный мониторинг и управление;
- тесное сотрудничество организаций различного профиля;
- направление доходов от экотуризма в местные бюджеты.

ВЛИЯНИЕ СОЦИОДЕМОГРАФИЧЕСКИХ ИЗМЕНЕНИЙ НА РАЗВИТИЕ МИРОВОГО РЫНКА ТУРИЗМА

Полещук Н.И., Белорусский государственный университет

Изменения демографической структуры и социальной модели народонаселения в развитых и новых индустриальных странах вызывают у все большего числа людей потребность использовать свободное время и доход на путешествия.

Люди старшей возрастной группы (от 55 до 59 лет) начинают играть все более важную роль в международном туризме. Основными поставщиками этой категории туристов являются США, Канада, Япония и другие страны ЕС, население которых, несмотря на быстрые темпы старения, остается физически активным и, что не менее важно, более обеспеченным. Подсчитано, что ежегодно люди старшей возрастной группы совершают 2,4 поездки в пределах своей страны и 0,8 поездки за рубеж. Есть прогноз, что 55–59-летние жители Великобритании, США и Японии до 2005 г. совершат дополнительно 18,8 млн. поездок по территории своих стран и 6,3 млн. (возможно, больше) путешествий.

Население в возрасте 15–25 лет как важный элемент туристского бизнеса составляет 1/5 всего международного и внутреннего рынка туризма. Каждый молодой человек в среднем имеет в перспективе 50 лет для занятия туризмом.

Увеличение численности работающих женщин, тенденция к поздним бракам и обеспечение более высокого дохода на каждого члена семьи расширяют такие сегменты туристского рынка, как «деловые леди», поездки с целью отдыха и в период каникул. Примером служит Япония, где сегмент «деловые леди» составляет 1/6 рынка выездного туризма. Средний возраст японских женщин, вступающих в брак впервые, вырос до 26 лет. Швеция установила рекорд более

позднего среднего возраста вступления в брак. Будущие супруги, вступая в поздний брак, имеют высокий уровень дохода, большая часть которого расходуется на свадьбу и, соответственно, медовый месяц. В Японии зарубежные поездки молодоженов составляют особый сегмент рынка, достигающий 7% общего показателя выездного туризма.

Увеличение доли одиноких людей и бездетных семей и соответственно дохода, приходящегося на семью, обеспечит рост таких сегментов рынка, как поездки для «одиночек» и путешествия в каникулярное время.

Ослабление миграционных ограничений со стороны индустриальных стран будет способствовать увеличению числа поездок рабочих-мигрантов между страной проживания и центрами занятости за рубежом, а также появлению на туристском рынке турпродукта, рассчитанного на специфические этнические группы.

Повышение продолжительности оплачиваемого отпуска и гибкость рабочего времени вызовут потребность в новом туристском продукте, включающем максимум удовольствия за минимальный отрезок времени. Сокращение пятидневной рабочей недели с восьмичасовым рабочим днем до четырехдневной рабочей недели с девятичасовым рабочим днем высвободит три выходных дня для отдыха, путешествий и культурных мероприятий.

ИЗ ОПЫТА ОРГАНИЗАЦИИ УЧЕБНЫХ ТУРИСТСКО-ЭКСКУРСИОННЫХ МАРШРУТОВ НА КАФЕДРЕ МЕЖДУНАРОДНОГО ТУРИЗМА БГУ

Решетников Д.Г., Белорусский государственный университет

Проведение учебных туристско-экскурсионных маршрутов является необходимым условием качественной подготовки специалистов в сфере международного туризма, позволяет наглядно ознакомиться с основными туристскими объектами Беларуси, уровнем развития туристской инфраструктуры, региональным туристским продуктом страны.

В рамках курсов «География туризма Беларуси» и «Памятники истории и культуры Беларуси» регулярно организуются традиционные однодневные экскурсии в Мир, Новогрудок, Несвиж, Полоцк, Слоним, Березинский биосферный заповедник и др., городские обзорные и пешеходные тематические экскурсии по Минску, экскурсии по музеям столицы. В процессе изучения дисциплин туристской специализации проходят учебные экскурсии на предприятия индустрии туризма: гостиницы и рестораны, транспортные компании, ведущие туроператоры.