

теме «Дьюти-фри» для туристов, выезжающих за рубеж. Внедрение в Беларуси системы «Такс-фри» будет способствовать притоку иностранных туристов, и стимулировать туристское потребление. В Беларуси может применяться регулирование тарифов на авиа- авто- и железнодорожные перевозки иностранных туристов, гостиничные и иные услуги.

Совершенствованию экономических рычагов будет способствовать разработка Концепции действий в сфере международного туризма на долгосрочный период, в которой на основе анализа и оценки международного туризма определяются цели, задачи и этапы их достижения, приоритеты развития, а также представлена система нормативных правовых, организационно-административных и экономических рычагов.

Важнейший экономический рычаг – реализация комплексных целевых программ, которые позволят сконцентрировать ресурсы и минимизировать затраты на производство и продвижение национального туристского продукта, а также объединить усилия на достижение поставленных государством целей.

НЕКОТОРЫЕ АСПЕКТЫ РАЗВИТИЯ ВНУТРЕННЕГО И ВЪЕЗДНОГО ТУРИЗМА В БЕЛАРУСИ

Куликова Е.Г., Белорусский государственный университет

При всей популярности заграничных поездок 95% жителей страны ориентируются на экономичный и спокойный отдых в Беларуси. Это огромное количество потенциальных туристов. Недостаточно развит международный туризм. Сегодня мы принимаем в год лишь одного иностранца в расчете на 150 жителей, и только 5 из 100 белорусов выезжают отдыхать за рубеж.

Проблемы, препятствующие развитию туризма в стране, широко известны. Это высокая стоимость белорусской визы, «ценовая дискриминация» средств размещения, недостаточно развитая инфраструктура и определенные сложности функционирования частного бизнеса. Но самое главное – отсутствие туристического имиджа страны. Не только для иностранцев, но и для большинства самих белорусов туристическая синеокая Беларусь остается «белым пятном». Сейчас развитие туризма в стране стало стратегической задачей. Обязательным атрибутом туроператорской деятельности является прием иностранных туристов на территории Беларуси. Спорный, но важный момент для развития внутреннего и въездного туризма.

Однако, в первую очередь необходимо «открыть» Беларусь для самих белорусов. Самое перспективное направление – экологический и сельский туризм (отдых в усадьбах, которых сейчас около 70 по всей Беларуси), событийный туризм (фестивали, выставки...). Но нужно больше рекламы, PR, чтобы отдых стал массовым. Требуются новые маршруты внутреннего туризма, включающие не только всем известные объекты, но и совершенно неизвестные. Свыше 42% белорусских семей имеют собственные автомобили. Пересечь из одной части Беларуси в другую – дело нескольких часов. Маршруты должны быть гибкими и разнообразными, от 1–2 до 5–6 дней. Можно издать небольшие каталоги с их описанием.

Сейчас проходит активная реставрация Августовского канала. Когда белорусский участок канала будет готов, туристы-водники смогут совершать сплав из Польши в Литву через территорию Беларуси. Необходимо, чтобы у них был повод остановиться и в Беларуси – отдохнуть в небольшом уютном отеле или сельской усадьбе на берегу реки, попробовать национальные белорусские блюда... Белорусский отрезок Августовского канала планируют ввести в эксплуатацию уже в июне 2006 года. Но очень многое еще предстоит сделать. В каком состоянии будет к моменту открытия водного пути туристическая инфраструктура? Предпринимателям, желающим построить в непосредственной близости от реки свои объекты, следует предоставить льготы. Ситуация, о которой точно стоит задуматься: по польской части Августовского канала в сезон на каяках сплавляются около 100 000 туристов, и еще 50 000 – на теплоходах. Это почти в 3 раза больше, чем общее количество иностранных туристов, посещающих Беларусь за целый год. Даже самым известным туристско-экскурсионным центрам страны – Миру и Несвижу, не хватает современных анимационных технологий. К примеру, огромным спросом пользовался бы ресторанчик, соответствующий духу эпохи, немного живой музыки, даже небольших театральных представлений, изображающих известные исторические события, ярмарок – чтобы почувствовать историю, что особенно важно для неподготовленных иностранных туристов. Вариантов много, но самым сложным звеном является продвижение нашего турпродукта за рубежом, что потребует огромных капиталовложений.

АНИМАЦИЯ В ТУРИЗМЕ

Ломакина Т., Белорусский государственный университет

В последнее время все больше туристских предприятий и спортивно-оздоровительных учреждений стали заботиться о предоставлении такой дополнительной услуги, как анимация.

Слово это довольно быстро прижилось в кругах специалистов туристского профиля. Аниматорами называют специалистов по организации досуга на туристских предприятиях, в санаторно-курортных и других оздоровительных учреждениях. Очень часто, произнеся слово «аниматор», тут же поясняют: «массовик-затейник». Однако современное понятие анимации несколько шире.

Анимация в туризме рассматривается как деятельность по разработке и предоставлению специальных программ проведения свободного времени. Анимационные программы включают спортивные игры и состязания, танцевальные вечера, карнавалы, игры, хобби, занятия, входящие в сферу духовных интересов. Следовательно, тураниматор – специалист, занимающийся разработкой индивидуальных и коллективных анимационных программ.

Под анимационной программой мы подразумеваем объединенный общей целью или замыслом план проведения туристских, физкультурно-оздоровительных, культурно-массовых, познавательных и любительских занятий. Таким образом, анимационные программы создаются аниматорами для развлечения гостей, восстановления (рекреации) их здоровья. Однако, одна и та же программа может вызвать у одних людей положительные эмоции, а у других -