

Что касается Республики Беларусь, несмотря на относительно слабую динамику туристских потоков, на наш взгляд, Дания обладает необходимым потенциалом для развития как въездного, так и выездного туризма. Интерес также представляет опыт Дании в создании и продвижении туристского бренда.

## **ОСНОВНЫЕ НАПРАВЛЕНИЯ СОВЕРШЕНСТВОВАНИЯ ЭКОНОМИЧЕСКОГО МЕХАНИЗМА РАЗВИТИЯ МЕЖДУНАРОДНОГО ТУРИЗМА В КОНТЕКСТЕ МИРОВОГО ОПЫТА**

*Кипцевич Е. В., Научно-исследовательский экономический институт  
Министерства экономики Республики Беларусь*

Рынок международного туризма характеризуется наличием жесткой конкурентной борьбы, развернувшейся между различными странами. Для многих из них туризм — важная статья национального экспорта. Результаты конкурентной борьбы напрямую зависят от конкретных усилий по формированию государственной туристской политики и совершенствованию экономического механизма развития международного туризма.

В этой связи одна из ключевых проблем развития международного туризма в Беларуси — создание эффективно функционирующего экономического механизма, способного обеспечить производство и потребление конкурентоспособного на внешнем рынке национального туристского продукта.

Проанализировав подходы к определению сущности экономического механизма развития международного туризма, автор рассматривает его как систему государственного регулирования (состоящего из нормативно-правовых, экономических и административно-управленческих методов регулирования) и рыночного саморегулирования, которая направлена на достижение поставленных государством перед данным видом экономической деятельности целей. Государство определяет общий контекст, в рамках которого рынок туристских услуг самоорганизовывается, обеспечивая целенаправленное развитие рыночных отношений. При этом проблема состоит не в противостоянии государства и рынка, государственного регулирования и рыночного саморегулирования, а в достижении наиболее эффективных форм их взаимодействия.

Необходимость государственного регулирования международного туризма обусловлена также специфическими особенностями туризма как вида экономической деятельности, что требует формирования определенной стратегии регулирования его функционирования, усилением экономической, социальной, культурной и политической роли международного туризма в национальном и международном масштабе.

Таким образом, основная задача экономического механизма развития международного туризма заключается в повышении эффективности его функционирования, направленного на стимулирование создания конку-

рентоспособного национального туристского продукта. Учитывая зарубежный опыт, экономический механизм развития международного туризма предстоит совершенствовать в следующих приоритетных направлениях:

— усиление государственной бюджетной поддержки производителей национального туристского продукта. Государственная бюджетная поддержка туристской отрасли осуществляется государствами в виде субсидий, дотаций, а также финансирования капитальных вложений как на принципах бесплатности, так и платности, предоставления различных гарантий по привлеченным инвестиционным кредитам, поддержки краткосрочного кредитования на льготных условиях (частичная и полная компенсация процентных ставок по привлеченным или коммерческим кредитам), обеспечение субъектов хозяйствования всех форм собственности техникой, машинами и оборудованием на условиях лизинга, специализированной поддержки развития перспективных для страны или отдельных ее регионов направлений и видов международного туризма. При этом государственная поддержка, с одной стороны, должна исходить из возможностей бюджета, а с другой — быть достаточной для того, чтобы вместе с другими рычагами государственного экономического регулирования (налоговой, ценовой, инвестиционной и внешнеэкономической политикой, формированием соответствующего кредитного механизма и т.д.) дать возможность международному туризму адаптироваться к рыночным условиям хозяйствования и обеспечить его устойчивое и интенсивное развитие. Такую государственную бюджетную поддержку перспективных отраслей и производств осуществляют практически все ведущие страны мира и рассматривают как абсолютно необходимое мероприятие в рыночных условиях;

— поддержка формирования кредитного механизма туристского комплекса, адекватного условиям рынка, создание многосубъектной национальной кредитно-финансовой системы обслуживания производителей национального туристского продукта, развитие туристской кредитной кооперации, а также системы страхования международной туристской деятельности;

— реструктуризация задолженности производителей туристского национального продукта с использованием бюджетов разных уровней, государственных внебюджетных фондов, поставщиков за предоставленные товары (работы, услуги);

— ценовая политика, направленная, прежде всего, на создание условий оптимизации ценовых соотношений между продукцией (услугами) туристской отрасли и других отраслей экономики, поддержка доходов производителей национального туристского продукта;

— налоговая политика с применением системы налоговых льгот для производителей национального туристского продукта в части прибылей, которые направляются на развитие производства туристских услуг, модернизацию национального туристского продукта, инновационные цели и создание новых рабочих мест;

— инвестиционная политика, которая должна быть направлена на стимулирование инвестиционных проектов в отрасли, что в условиях деградации (высокого износа) материально-технической базы приобретает особое значение. Это потребует улучшения инвестиционного климата на основе формирования соответствующей нормативно-правовой базы прав инвестора, а также разработки соответствующего организационно механизма для активизации инвестиционной деятельности в сфере международного туризма;

— обеспечение протекционизма субъектам хозяйствования всех форм собственности при осуществлении ими деятельности по привлечению и приему иностранных туристов, защита экономических интересов субъектов хозяйствования с использованием таможенно-тарифного регулирования, демпинговых и компенсационных и иных мер.

Мировой опыт свидетельствует, что действенным инструментом развития международного туризма должен стать отраслевой маркетинг. Его использование в качестве рыночного инструмента обеспечивает наиболее полное согласование производства и потребления национального туристского продукта, который должен отвечать конкретным потребностям потребителей.

Создание туристской ассоциации маркетинга, туристских региональных центров маркетинговых исследований усилит координацию действий экономических субъектов по созданию и использованию национального туристского продукта.

Развитие международного туризма напрямую связано с улучшением макроэкономических условий его функционирования, включая совершенствование бюджетно-налоговой, денежно-кредитной системы, политики цен, рыночных отношений. Вышеуказанная трансформация экономического механизма развития международного туризма повысит эффективность его работы.

## **ПРОБЛЕМЫ И ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ ЭКОТУРИЗМА В ПРОСТРАНСТВЕ КУЛЬТУРНЫХ ЛАНДШАФТОВ РУССКОГО СЕВЕРА**

*Кусков А. С., Саратовский государственный социально-экономический университет*

В исследовании автором делается акцент на следующих вопросах:

- разработка учения о культурных ландшафтах в русле как традиций классического ландшафтоведения, так и канонов гуманитарной науки;
- проведение процедуры культурно-ландшафтной дифференциации и оценки культурных ландшафтов заповедных территорий Русского Севера;
- комплексная оценка культурных ландшафтов и элементов традиционной культуры Поморов в рамках национального парка «Кенозерский» и определение возможностей и форм их использования в туризме;