

Литература

1. Актуальные вопросы развития туризма в Беларуси / по материалам ИА Белта [Электронный ресурс]. — 2011. — Режим доступа: <http://tour.brest.by/ru/node/480>. — Дата доступа: 23.11.2011.
2. Первый научно-практический семинар «Туристические маршруты Припятского Полесья как механизм развития региона» / Национальное агентство по туризму [Электронный ресурс]. — 2010. — Режим доступа: http://tur-by.by/uncategorized/belarus_news/pervyj-nauchno-prakticheskij-seminar-turisticheskie-marshruty-pripyatskogo-polesya-kak-mexanizm-razvitiya-regiona.html. — Дата доступа: 23.11.2011.
3. Туризм и туристические ресурсы в Республике Беларусь: стат. сб. / Национальный статистический комитет Респ. Беларусь. — Минск, 2009.

Образ экотуриста

*Радюк Д. С., студ. I к. БГУ,
науч. рук. ст. преп. Данильченко А. О.*

Согласно многочисленным источникам, экологический туризм — это одна из разновидностей природного туризма, объединяющая людей, путешествующих с научно-познавательными целями. Сферой интересов этих туристов является окружающая природная среда, ее наблюдение, и в частности охрана окружающей природной среды.

Количество туристов, предпочитающих экологичные формы отдыха и путешествий, постоянно растет. Экотуризм распространен практически во всем мире: во всех странах Западной Европы, в Центральной и Южной Америке, в Африке, Китае, Японии, в США, Канаде, Австралии (которая, согласно статистическим данным, является мировым лидером экотуризма).

Кто же они, потенциальные и реальные участники экологических туров? К чему они стремятся и чем руководствуются, выбирая путешествия? Понимание этих вопросов необходимо и представителям туристического бизнеса, чтобы создавать туристические продукты, и специалистам в области охраны природы. Чаще всего организаторам экотуров приходится иметь дело с туристами, неподготовленными к участию в настоящих экологических турах. Следует учитывать, что туристы не становятся экотуристами сразу, они вовлекаются в эколого-туристские программы постепенно.

Проведенная в США серия социологических исследований выявила пять основных мотиваций, на основании которых клиенты выбирают экотуры:

- улучшение физической формы и здоровья;
- неформальное общение;

- новые впечатления и приключения;
- познание себя и природы;
- «бегство» от городской тесноты и стрессов [2].

Крег Линдберг (Limdborg, 1991) выделял четыре основных типа участников туров в природу, исходя из их целей и характера их деятельности:

- «высокоспециализированные (специалисты)»: ученые или участники специализированных туров (эколого-образовательных и научных — орнитологических, ботанических, этнографических, археологических и др.);
- «увлеченные»: туристы, которые целенаправленно приезжают на охраняемые территории с целью познания местной природы и культуры;
- «основной поток»: туристы, главной целью которых является просто «необычное путешествие» (например, по Амазонке или в парк горных горилл в Руанде);
- «случайные»: туристы, для которых посещение природных уголков является случайной частью более обширного тура [2].

Данное подразделение не всегда возможно, так как один и тот же турист в разное время и при разных обстоятельствах может попадать в различные категории. Тем не менее эта простая классификация может быть весьма полезна, в частности, при планировании экотуров.

Несмотря на то, что существует множество «видов» и типов экотуристов, они обладают некоторыми общими особенностями, которые рекомендуется специально учитывать при организации экотуризма. В первую очередь, они заботятся об окружающей среде и ведут себя очень внимательно по отношению к природе. Они любят активный отдых, но не являются сторонниками экстремальных условий. Они выбирают такие туры, которые дают возможность развития, самосовершенствования, а также познания и приобретения нового опыта. Помимо этого, они ценят возможность непосредственного «общения» с природой. Также настоящий приверженец экотуризма всегда помнит о 10 Заповедях экотуриста:

1. Помнить об уязвимости земли.
2. Оставлять только следы, уносить только фотографии.
3. Познавать мир, в который попал: культуру народов, географию.
4. Уважать местных жителей.
5. Не покупать изделия производителей, подвергающих опасности окружающую среду.
6. Всегда следовать только протоптанным тропам.
7. Поддерживать программы по защите окружающей среды.
8. Где возможно, использовать методы сохранения окружающей среды.
9. Поддерживать (патронировать) организации, содействующие защите природы.
10. Путешествовать с фирмами, поддерживающими принципы экотуризма [3].

На основании всего вышеизложенного можно сделать следующий вывод: экотуризм становится все более и более популярным видом туризма во всем мире. Все большее количество людей вливаются в число экотуристов и с удовольствием путе-

шествуют по самым различным уголкам нашей планеты. Одной из самых важных причин, объясняющих рост популярности экотуризма, является повышение активности людей в сфере решения вопросов, связанных с охраной окружающей среды. Это значит, что все большее количество людей стремится не просто полюбоваться первозданной природой, пока она еще существует, но лично внести свой вклад в общее дело ее защиты и сохранения.

Литература

1. Биржаков, М. Б. Введение в туризм: учеб. пособие / М. Б. Биржаков. — СПб., 2000. — 161 с.
2. Экотурист — кто он? [Электронный ресурс]. — 2010. — Режим доступа: <http://ecodelo.org>. — Дата доступа: 22.11.2011.
3. Зуев, В. Десять заповедей экотуризма для туристов / В. Зуев // *Экалагічны бюлетэнь «Неруш»*. — 2004–2005. — № 1. — С. 8.

Ценовая структура туристической услуги в Республике Беларусь

*Шилько М. Ю., студ. V к. БГУ,
науч. рук. преп. Груша А. В.*

Туристическая услуга — услуга по временному размещению туриста в гостиницах, отелях, кемпингах, других местах временного проживания, а также услуги по питанию, транспортному, экскурсионно-информационному и другому туристическому обслуживанию, включая услуги по страхованию жизни или здоровья такого туриста или его гражданской ответственности перед третьими лицами, включаются в стоимость услуги по временному размещению туриста или в стоимость туристического ваучера (путевки). Данное понятие характеризует «туристическую услугу» с точки зрения выполнения туристической компанией своих обязательств.

В Республике Беларусь данное понятие имеет еще один смысл. Так, туристической услугой обозначается определенная сумма денежных средств, выражающаяся в белорусских рублях и прибавляющаяся к основной стоимости, которая, как правило, выражена в иностранной валюте. Практика подобного типа появилась в нашей стране в период с 1992 по 1994 год, когда директор фирмы ЧТУП «Тикор ПЛЮС» для привлечения клиентов, стала использовать подобную технику предоставления цен. Данный подход предоставления цен в туристической отрасли является инновационным, так как ни в одной стране мира ничего похожего не применяется.

В большинстве стран мира стоимость туристической услуги закладывается в общую стоимость и выражается в национальной валюте, либо в валюте имеющей возможность мировой конвертации. Примером данного подхода является практика