**ДИПЛОМ**

**Тема: Современное состояние и перспективы развития туристического обмена между Чехией и Беларусью**

Содержание

[Введение](#_Toc267870187)

[Глава 1. Международный туризм и его роль в экономике стран](#_Toc267870188)

[1.1 Основные тенденции развития мирового туристического рынка](#_Toc267870189)

[1.2 Международный туризм в системе мирохозяйственных связей](#_Toc267870190)

[Выводы по главе 1](#_Toc267870191)

[Глава 2. Сравнительный анализ развития туристического рынка Республики Беларусь и Чехии](#_Toc267870192)

[2.1 Развитие туристического рынка Беларуси](#_Toc267870193)

[2.2 Развитие туристического рынка Чехии](#_Toc267870194)

[2.3 Сравнительный анализ развития туристического рынка Беларуси и Чехии](#_Toc267870195)

[Глава 3. Современное состояние и перспективы развития туристического обмена между Чехией и Беларусью](#_Toc267870196)

[3.1 Современное состояние туристического обмена между Чехией и Беларусью](#_Toc267870197)

[3.2 Перспективы развития туристического обмена между Чехией и Беларусью](#_Toc267870198)

[Заключение](#_Toc267870199)

[Список литературы](#_Toc267870200)

## Введение

Туризм рассматривается как одна из наиболее доходных и интенсивно развивающихся отраслей мирового хозяйства. Об этом свидетельствует тот факт, что на его долю приходится около 10% мирового валового национального продукта.

К началу третьего тысячелетия на долю международного туризма приходилось 8% общего объема мирового экспорта и 30-35% мировой торговли услугами. Общие расходы на внутренний и международный туризм составляют 12% мирового валового национального продукта.

По данным отчета, опубликованного Международным советом по туризму и путешествиям, в 2008 году в мире в сфере путешествий и туризма занято почти 73,7 млн. человек, что составляет 2,8% от общего числа работающих. Кроме того, в смежных отраслях туризм обеспечивает работой почти 214,7 млн. человек. В общей сложности, в индустрии туризма и сферах экономики, связанных с ней, занято 8,1% трудоспособных жителей Земли. По прогнозу, к 2014 году этот показатель вырастет до 8,6%. Оборот индустрии в 2008 году достиг 5,49 млрд. долларов США. В 2014 он увеличится почти до 9,56 млрд. долларов США.

Развитие туризма играет важную роль в решении социальных проблем. Во многих странах мира именно за счет туризма создаются новые рабочие места, поддерживается высокий уровень жизни населения, создаются предпосылки для улучшения платежного баланса страны. Необходимость развития сферы туризма способствует повышению уровня образования, совершенствованию системы медицинского обслуживания населения, внедрению новых средств распространения информации и т.д.

Туризм оказывает положительное влияние на сохранение и развитие историко-культурного наследия, ведет к гармонизации отношений между различными странами и народами, заставляет правительства, негосударственные организации и коммерческие структуры активно участвовать в деле сохранения и оздоровления окружающей среды.

Наиболее быстрорастущую долю туристов во всем мире представляют люди пожилого возраста. Они имеют достаточно средств, но очень требовательны к сервису. Снижается спрос на групповые поездки и активизируется индивидуальный туризм. Повышенным спросом пользуются туристско-экскурсионные маршруты с использованием автобусов. Растет интерес к корпоративному и семейному отдыху, специализированным турам по интересам.

Туристская деятельность по организации поездки "деловая", в частности для участия или проведения конгрессов, фестивалей, бизнес встреч, относится к числу наиболее динамично развивающихся и наиболее выгодных видов путешествий. Ежегодные темпы роста этого вида туризма в мире составляют 8%. Данное направление в туризме дает вдвое больше дохода принимающей стороне, чем туризм по организации поездки "отдых".

Большим спросом стали пользоваться краткосрочные туры по городам и туры выходного дня. Все более популярными становятся приключенческие и спортивные туры. Одним из самых перспективных видов туризма является экологический туризм. Интенсивно развивается туризм, использующий проведение специализированных спортивных и культурных мероприятий, особенно на рынке США и Японии.

Целью дипломной работы является формирование целостного представления о состоянии и перспективах развития туристического обмена между Беларусью и Чехией.

В связи с поставленной целью в работе решаются следующие задачи:

Рассмотрение роли международного туризма в экономике страны.

Анализ состояния и перспектив развития туризма Беларуси.

Анализ состояния и перспектив развития туризма Чехии.

Изучить современное туристического обмена между Чехией и Беларусью.

Рассмотреть перспективы развития туристического обмена между Чехией и Беларусью.

Объектом данной работы является международный туризм.

Предметом данной дипломной работы является состояние и перспективы развития туристического обмена между Чехией и Беларусью.

## Глава 1. Международный туризм и его роль в экономике стран

## 1.1 Основные тенденции развития мирового туристического рынка

Туризм - временные выезды (путешествия) граждан Российской Федерации, иностранных граждан и лиц без гражданства (далее - граждане) с постоянного места жительства в оздоровительных, познавательных, профессионально-деловых, спортивных, религиозных и иных целях без занятия оплачиваемой деятельностью в стране (месте) временного пребывания.

Туристская деятельность - туроператорская и турагентская деятельность, а также иная деятельность по организации путешествий. [[1]](#footnote-1)

Операции по международному туризму - это вид деятельности, направленной на предоставление различного рода туристских услуг и товаров туристского спроса с целью содействия удовлетворению широкого круга культурных и духовных потребностей иностранного туриста. Международный туризм включает выезжающих за границу лиц, не занимающихся там оплачиваемой деятельностью.

Туристские услуги в международном товарообороте выступают как невидимый товар. Характерной особенностью и своеобразным достоинством туристских услуг как товара является то, что значительная часть этих услуг производится с минимальными затратами на месте и, как правило, без использования иностранной валюты. Иностранные туристы пользуются услугами, предоставляемыми предприятиями туристской индустрии страны назначения. Кроме того, они потребляют или покупают и вывозят в качестве сувениров определенное количество товаров, приобретаемых в стране посещения за иностранную валюту, предварительно обменяв ее на местную валюту.

Международный туризм как одна из форм международных экономических отношений приобрел в современных условиях огромные масштабы и стал оказывать существенное влияние на политические, экономические и культурные связи между государствами.

Для международного туризма характерны быстрый рост числа туристов и резкое увеличение денежных поступлений от туризма.

Наибольшее развитие международный туризм получил в западноевропейских странах. На долю этого региона приходится свыше 70% мирового туристского рынка и около 60% валютных поступлений. Примерно 20% падает на Америку, менее 10% - на Азию, Африку и Австралию, вместе взятые. [[2]](#footnote-2)

В основе роста международного туризма - прежде всего экономический и социальный прогресс. С одной стороны, увеличивается объем деловых поездок и поездок с познавательными целями, с другой - совершенствуются транспортные средства, что ведет к ускорению и удешевлению поездок. Развиваются межгосударственные связи и культурный обмен между странами, усиливается желание людей лучше понять и узнать друг друга.

К числу важнейших предпосылок развития международного туризма можно отнести, прежде всего, социально-экономические предпосылки, а именно: рост числа наемных рабочих и служащих в зарубежных странах; повышение их материального и культурного уровня; усиление интенсификации труда и в то же время получение работниками более продолжительных отпусков и более высокой заработной платы и др.

Существенное значение для развития международного туризма имело также стремление отдельных стран к увеличению валютных поступлений от туризма и создание с этой целью целой отрасли хозяйства - туристской индустрии. Под ТУРИСТСКОЙ индустрией понимается совокупность производственных, транспортных и торговых предприятий, производящих и реализующих туристские услуги и товары туристского спроса. Сюда относятся гостиницы и другие средства размещения, средства транспорта, предприятия общественного питания, предприятия, выпускающие сувениры и другие товары туристского спроса. В туристской индустрии во всем мире занято более 30 млн. человек.

О том, что государство уделяет значительное внимание развитию туризма, говорит принятие концепции развития туризма, которая направлена на обеспечение в стране правовой, организационной и экономической среды для формирования современной туристической индустрии.

Под туризмом в Концепции понимаются временные выезды (путешествия) граждан Российской Федерации, иностранных граждан и лиц без гражданства с постоянного места жительства в оздоровительных, познавательных, профессионально-деловых, спортивных, религиозных и иных целях без занятия оплачиваемой деятельностью в стране (месте) временного пребывания.

В условиях приоритетной поддержки развития туристической индустрии со стороны государства будет обеспечено более эффективное использование человеческих, информационных, материальных и иных ресурсов с учетом рынка труда и задач социально-экономического развития страны.

Туризм является одной из наиболее доходных и интенсивно развивающихся отраслей мирового хозяйства. Расходы на туризм составляют 12% мирового валового продукта, 8% общего мирового экспорта и 30-35% мировой торговли услугами.

За последние двадцать лет среднегодовые темпы роста прибытия иностранных туристов в мире составили 5,1%, валютных поступлений-14,0%. По прогнозам специалистов, бурное развитие туризма ожидается и далее: к 2005г. эта отрасль станет ведущей в мировом экспорте. Ожидается, что при сохранении современных темпов роста число участников международных путешествий к 2005 г. достигнет 1млрд. чел.

По прогнозам ВТО (табл.1.1), количество туристов на планете к 2020г. возрастет втрое и будет составлять более 1 млрд.600 млн. человек.

Самые высокие темпы роста числа прибытий (рис.1.1) ожидаются в странах Восточной Азии и Тихого океана. В Европе и Америке они будут ниже общемировых. Доля этих двух регионов в прибытии туристов упадет с 78,1% в 1998 г. до 62,6% в 2020 году. Одновременно ожидается возрастание доходов от туризма: с 444,7 млрд. дол. США в 1998 г. до 1248 дол. США в 2020 году.

Таблица 1.1

Количество туристов в регионах, млн. чел.

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| Регион  | 1995  | 2000  | 2005  | 2020  | 2020 в% к 1995  |
| Европа  | 335  | 390  | 527  | 717  | 214,0  |
| Восточная Азия/Тихий океан  | 80  | 116  | 231  | 438  | 547,5  |
| Америка  | 111  | 134  | 195  | 285  | 256,8  |
| Африка  | 20  | 27  | 46  | 75  | 375,0  |
| Средний Восток  | 14  | 19  | 37  | 69  | 492,9  |
| Южная Азия  | 4  | 6  | 11  | 19  | 475,0  |
| Всего  | 564  | 692  | 1047  | 1602  | 284,0  |

Всемирная туристская организация (ВТО) отмечает следующие тенденции развития мирового туризма:

Всегда будут существовать факторы, которые могут не проявиться в одном десятилетии, но выступят как основные в последующий период. Это связано с изобретениями (такими, как реактивные самолеты или компьютерные системы бронирования). Другая подгруппа факторов, которые будут влиять на поездки и туризм, связана с применением новых технологий (электронные системы информации и коммуникаций) и не зависит от социально-демографических изменений.

Если туризм в прошедшие годы был в основном отражением достижений в транспортных технологиях, которые способствовали постоянному снижению реальной стоимости путешествий, то последующие годы будут определяться рядом факторов, которые будут весьма сильно влиять на туризм в начале XXI века. Это прежде всего социально-демографические изменения, электронные системы информации и коммуникаций, возросшая осведомленность и требовательность

потребителей, снятие регламентирующих ограничений на рынках, а также поляризация деятельности туристских операторов между фирмами, занимающимися глобальным бизнесом и освоившими специализированные рынки ("ниши").

Рост международной туристской деятельности на 3 - 4% в год в первом десятилетии XXI века.

Самым успешным регионом прибытия станет Азия, хотя ни для одного региона не прогнозируется рост ниже среднего прогноза въездного туризма.

Основным источником роста будут быстро расширяющиеся рынки выездного туризма в странах Азии; Ближний Восток, Восточная и Южная Америка и Европа также внесут существенный вклад в объем выездного туризма.

Внутрирегиональный туризм (особенно в Азии) резко возрастет, отражая возможности все увеличивающихся слоев населения участвовать в туризме.

Туризм с дальними перелетами из Европы и Японии будет расти быстрее, чем туризм, связанный с перемещениями на короткие и средние расстояния.

Определенные факторы будут постоянно влиять на путешествия и туристскую активность (состояние экономики, политическая ситуация, усовершенствования, связанные с безопасностью путешествий). Эти факторы будут влиять и на национальный (домашний) туризм.

Среди ожидаемых и наиболее характерных тенденций мирового туризма первого десятилетия ХХI века отмечаются:

замедленный темп роста;

большая конкуренция регионов и стран, желающих принять туристов;

осознание растущего воздействия на туризм экономических, социокультурных и связанных с окружающей средой факторов;

осведомленность потребителя о том, куда и как он хочет поехать, и более высокие требования к выбранным им туристским продуктам и услугам.

Развитие рынка показывает, что также растет финансово перспективный и динамичный сектор медицинского туризма, основными факторами увеличения которого являются значимые для потребителя выгоды, получаемые в связи с разницей в уровне цен на медицинское обслуживание и скоростью его предоставления.

Одно из наиболее быстро развивающихся туристических направлений - сектор городского туризма. К концу 2007 г. на его долю приходится 40% от общего числа путешествий по Европе. [[3]](#footnote-3)

Развитие событийного туризма традиционно стабильно, оно не является новым для отрасли в целом. На современном этапе новыми его характеристиками являются:

рост инвестиций в организацию и сопровождение событийных мероприятий; o высокий уровень конкуренции между странами за право стать организатором события; o тенденция к созданию спроса на те или иные события благодаря интенсивным PR-кампаниям организаторов.

Продолжает развиваться направление зеленого туризма, внутри которого усиливается дифференциация предложения. Так, активно развиваются так называемый сектор "slow travel", агротуризм, экотуризм. Развитие данных направлений создает спрос и, следовательно, формирует благоприятные условия развития таких направлений, как экологически чистые транспортные услуги, национальные гостиничные сети с высокой долей комфортабельных небольших гостиниц, расширение сети покрытия операторами сотовой связи. Особенно актуальным последнее направление становится в странах Азии.

Новыми секторами, имеющими мощный потенциал формирования, является сектор "доступного туризма", ориентированный на потребителей, нуждающихся в дополнительном сопровождении (например, пожилые люди и люди с ограниченными физическими возможностями), а также сектор космического туризма, развитие которого спровоцировано ускорением научно-технического прогресса.

В целом можно сделать вывод о том, что к современным тенденциям развития сферы туризма необходимо отнести следующие.

Развитие туризма свидетельствует о том, что он становится все более важным сектором национальной и мировой экономики, который продолжит оказывать влияние на структуру отраслей сельского хозяйства, строительства, транспорта, связи. Туристические услуги способны стать катализатором социально-экономического развития практически каждой страны мира, что делает их все более важной частью внешнеэкономической деятельности многих государств.

Туризм все больше превращается в фактор мультипликативного воздействия на экономику и социальную сферу.

Возрастающая информированность потребителя увеличит значение таких характеристик турпродукта, как индивидуальный подход, стандарты здоровья, безопасность.

В этой связи главным условием создания благоприятной среды для развития национального сектора туристических услуг станет создание адекватного механизма взаимодействия субъектов отрасли и государства. Именно государство, благодаря целенаправленным действиям, сосредоточенным на обеспечении ключевых требований к безопасности, экологии, состоянию основных туристических объектов внутри страны, а также на формирование позитивного имиджа и продвижение бренда страны в целом, способно оказать существенное воздействие на усиление конкурентоспособности туристического сектора.

## 1.2 Международный туризм в системе мирохозяйственных связей

Туристский рынок - это система мирохозяйственных связей, в которой совершается процесс превращения туристско-экскурсионных услуг в деньги и обратного превращения денег в туристско-экскурсионные услуги.

Международный туризм и туристические услуги с 20-х гг.20 века становятся объектом международного регулирования. Еще Лига наций и первая международный съезд туристских организаций (1925г) обращают свое внимание на определение туризма, туриста, а также смежных понятий.

Международный туризм - источник валютных поступлений для страны и средство для обеспечения занятости.

Международный туризм расширяет вклады в платёжный баланс и ВНП страны.

Международный туризм способствует диверсификации экономики, создавая отрасли, обслуживающие сферы туризма.

Развитие международного туризма приводит к развитию экономической инфраструктуры страны и мирных процессов. Таким образом, международный туризм следует рассматривать, сообразуясь с экономическими отношениями отдельных стран, как важная и существенная часть мирохозяйственных связей.

В настоящее время развитие международного туризма становится все более актуальной темой. По оценке ВТО, в 2010 г. количество иностранных туристов удвоится, и из одного государства в другое будет путешествовать свыше 1 млрд чел. В таких условиях неизбежно возникнут проблемы и трудности, связанные с пересечением границ и выполнением путешествующими пограничных и иных туристских формальностей. В этой связи наиболее остро встает вопрос о регулировании туризма в рамках не только отдельно взятой страны и соседних с ней государств, но и мирового сообщества в целом.

Главная цель сегодня - способствовать развитию туризма как основного фактора обеспечения международного мира и взаимопонимания, мировой торговли и укреплению мирохозяйственных связей между государствами. [[4]](#footnote-4)

Важными направлениями деятельности сейчас являются: "Упрощение туристского обмена и формальностей; определение и согласование законодательного порядка регулирования туризма, в том числе при возникновении чрезвычайных обстоятельств (эпидемий, стихийных бедствий и др.); помощь в разработке государственной политики в области установления рационального взаимодействия между сторонами, участвующими в туризме".

**Направления деятельности ВТО:**

сотрудничество в целях развития туризма. Рекомендации и помощь правительствам по широкому кругу вопросов, касающихся туризма, включая генеральные планы и технико-экономические обоснования, определение потребности в инвестициях и передаче технологий, а также маркетинг и продвижение туризма;

развитие людских ресурсов. Базовая структура для организации системы образования и профессиональной подготовки в области туризма, включая курсы по "обучению обучающих", краткосрочные и заочные курсы, а также расширяющаяся сеть центров образования и профессиональной подготовки ВТО;

окружающая среда. ВТО содействует обеспечению устойчивого развития туризма и принятию практических мер для решения экологических проблем;

качество развития туризма. ВТО работает над устранением барьеров на пути развития туризма и стимулирует либерализацию торговли туристскими услугами, а также принимает меры по охране здоровья туристов и их безопасности;

статистика, экономический анализ и исследования рынка. ВТО является основным центром сбора, анализа и распространения данных по туризму из более чем 180 стран и территорий. ВТО ведет постоянное наблюдение и анализирует тенденции развития туризма в мире. Для членов ВТО и туристской индустрии в целом издается комплексная серия публикаций;

коммуникации и документация. Отдел ВТО по связям с прессой и коммуникациям действует в качестве издательского подразделения. В центре документации ВТО сосредоточено значительное количество источников информации и разнообразных данных в области туризма.

## Выводы по главе 1

Туризм - временные выезды (путешествия) граждан Российской Федерации, иностранных граждан и лиц без гражданства (далее - граждане) с постоянного места жительства в оздоровительных, познавательных, профессионально-деловых, спортивных, религиозных и иных целях без занятия оплачиваемой деятельностью в стране (месте) временного пребывания.

Операции по международному туризму - это вид деятельности, направленной на предоставление различного рода туристских услуг и товаров туристского спроса с целью содействия удовлетворению широкого круга культурных и духовных потребностей иностранного туриста. Международный туризм включает выезжающих за границу лиц, не занимающихся там оплачиваемой деятельностью.

Туристские услуги в международном товарообороте выступают как невидимый товар.

Туризм является одной из наиболее доходных и интенсивно развивающихся отраслей мирового хозяйства. Расходы на туризм составляют 12% мирового валового продукта, 8% общего мирового экспорта и 30-35% мировой торговли услугами.

Современный этап развития сферы туристических услуг характеризуется высоким динамизмом, усилением конкуренции, синхронным развитием тенденций к специализации и универсализации, диверсификацией, информатизацией, повышением требований к качеству услуг, необходимостью усиления государственной поддержки туризма.

Туристский рынок - это система мирохозяйственных связей, в которой совершается процесс превращения туристско-экскурсионных услуг в деньги и обратного превращения денег в туристско-экскурсионные услуги.

Главная цель сегодня - способствовать развитию туризма как основного фактора обеспечения международного мира и взаимопонимания, мировой торговли и укреплению мирохозяйственных связей между государствами.

## Глава 2. Сравнительный анализ развития туристического рынка Республики Беларусь и Чехии

## 2.1 Развитие туристического рынка Беларуси

Республика Беларусь обладает необходимыми предпосылками для развития туризма. Но несмотря на их наличие, в настоящее время Беларусь существенно уступает странам Европы по параметрам въездного туризма.

К числу факторов для развития туризма в республике Беларусь следующие: рекреационно-географическое положение, природное и историко-культурное наследие, отношение к иностранным туристам со стороны местного населения, уровень развития туристической инфраструктуры и предложение дополнительных услуг, доступность инвестиционных ресурсов, степень разработанности нормативно-правовой базы туристической деятельности, обеспеченность туристическими кадрами и уровень их квалификации, наличие исследовательских учреждений в области туризма, туристический имидж и пограничные формальности.

Рекреационно-георгафическое положение Беларуси в целом можно охарактеризовать как выгодное, что определяется соседством с европейским рынком, на который приходится 58% мирового спроса на услуги международного туризма; расположением на пересечении оживленных транзитных путей; отсутствием ярко выраженных социально-политических конфликтов и природных бедствий внутри страны и на сопредельных территориях. Только по трансъевропейскому коридору Париж-Берлин-Варшава-Брест-Минск-Москва территорию Беларуси ежегодно пересекают около 10 млн. человек, в том числе 5.5 млн. - на автотранспорте и 4.5 млн. - по железной дороге, что свидетельствует о значительном потенциале трансграничного въездного туризма связаны с возможностью туристско-экскурсионного обслуживания жителей соседних стран и посещающих их иностранных туристов. Негативным элементом рекреационно-географического положения являются отсутствие прямого выхода к морю, а также усиление барьерной функции западных границ в связи с интеграцией Польши, Литвы и Латвии в военно-политический блок НАТО и Европейский Союз на фоне доминирующего восточного вектора во внешней политике Беларуси.

Туристические ресурсы, включающие элементы природного и историко-культурного наследия, являются одним из важнейших факторов производства туристических услуг. Природные комплексы и историко-культурное наследие Беларуси по своей ценности, запасам и другим характеристикам позволяют разработать диверсифицированный конкурентоспособный национальных туристический продукт, включающий различные виды туров для иностранных посетителей: экологические, сельские, охотничьи, этнические, фольклорно-этнографические, программы кратковременного обслуживания транзитных и трансграничных потоков, специализированные туры.

В силу особенностей своего геополитического положения Беларусь часто становилась ареной военных действий, что предопределило невысокую степень сохранности историко-архитектурного наследия. Тем не менее, страна обладает значительным культурно-историческим потенциалом. На территории Беларуси учтено свыше 17.5 тыс. памятников истории и культуры. Сохранившийся потенциал традиционной материальной и духовной культуры является предпосылкой создания фольклорно-этнографических туров для иностранных посетителей. Специалисты выделяют на территории Беларуси около 100 центров традиционных народных ремесел и декоративно-прикладного искусства.

В отношении природной среды следует отметить относительно высокую степень сохранности естественных ландшафтов Беларуси (представлены на 55% площади территории) по сравнению со среднеевропейским уровнем, что свидетельствует о наличии конкретных преимуществ в ресурсном потенциале развития экологического туризма.

Отдельные природные комплексы страны уникальны и имеют международное значение: крупнейший в Европе древний лесной массив беловежской пущи, естественные поименно-болотные ландшафты Полесья, Березинский биосферный заповедник.

Использование туристического потенциала осложняется в связи с радиоактивным загрязнением пятой части территории республики. Одним из главных препятствий, ограничивающих поток иностранных посетителей в Беларусь, является также крайне низкая известность национальных достопримечательностей за рубежом.

Не сформирована целостная система государственного управления и регулирования сферой туризма и его нормативно-правового и организационного обеспечения. Отсутствует механизм привлечения внутренних и внешних инвестиций. Крайне медленно осуществляется переход на принятые в международной практике стандарты качества туристских услуг и обслуживания туристов. Явно завышены и не соответствуют качеству цены на предоставляемые услуги для иностранных туристов.

Отсутствие единой эффективной системы статистического учета и анализа приводит к тому, что реальный вклад туризма в создание валового внутреннего продукта занижается.

В настоящее время Республика Беларусь мало известна на мировом туристском рынке как самостоятельное государство, имеющее древнюю историю, богатую культуру, разнообразную природу. Слабо развита система маркетинга национального туристского продукта и его продвижения на мировом и внутреннем рынке, низок туристский рейтинг Республики Беларусь, отсутствует реальное сотрудничество с зарубежными фирмами и международными туристскими организациями.

По большинству компонентов и характеристик системы туристского обслуживания (уровень качества услуг, соотношение цена - качество, количество предприятий размещения и питания, состояние производства и торговли товарами для туристов, инфраструктура, кадровый потенциал, нормативная правовая база, характер и объемы финансирования туризма и т.д.) Республика Беларусь не достигла сколько-нибудь приемлемого уровня в соответствии с международной практикой.

Материально-техническая база туризма на 70-80% нуждается в реконструкции.

Не сформирована целостная система подготовки, переподготовки и повышения квалификации специалистов для сферы туризма. Не определены потребности в специалистах различных уровней. Не разработан перечень туристских профессий и квалификационных требований к ним.

Научные исследования проблем развития туризма не носят инициативный и систематический характер.

Преодоление негативных тенденций в развитии туризма предполагает активизацию государственной политики в этой сфере, придание туризму статуса приоритетного направления экономики, создание правовых, организационных и экономических основ формирования в Республике Беларусь современного конкурентоспособного туристского комплекса, который при активной поддержке и непосредственной помощи государства:

выполняет важнейшие социальные функции, обеспечивая возможность восстановления и пополнения физических, духовных и эмоциональных сил человека, приобретения знаний и повышения культурного уровня населения;

обеспечивает сохранение и рациональное использование культурно-исторического и природного наследия;

оказывает стимулирующие воздействия на отрасли, обслуживающие сферу туризма;

повышает привлекательность страны как сферы международного предпринимательства и делового сотрудничества;

создает стимулы для притока в национальную экономику иностранного капитала;

является источником валютных поступлений в страну и средством обеспечения занятости населения.

Развитие туризма в Республике Беларусь должно основываться преимущественно на тех видах и формах туризма, которые позволяют максимально и комплексно использовать имеющийся туристский потенциал.

В существенном упадке находится внутренний туризм. Отсутствует четкий механизм привлечения внутренних и внешних инвестиций в развитие туризма, система научного и рекламно-информационного обеспечения продвижения национального туристского продукта на внутреннем и внешнем рынках услуг. Низкая покупательная способность населения, рост стоимости транспортных услуг оказывают негативное воздействие на развитие детского, молодежного, самодеятельного, спортивного и экологического туризма. Недостаток бюджетных средств на дотации в социальный туризм приводит к недоступности участия в путешествиях основной массы населения, особенно социально незащищенных слоев.

Туристский бизнес - высокорентабельная сфера. Однако в условиях значительной бюджетной нагрузки на турфирмы (обязательная продажа валюты, косвенные налоги) и сложности, зарегулированности процесса организации туров у турфирм нет стимулов для легализации части совершаемых сделок. По экспертным оценкам, около 30% сделок совершается "в тени", и соответственно, не учитывается в официальной статистике. Из-за сложности выделения самостоятельного, неорганизованного туризма из общего потока пассажиров и несовершенства существующей системы статистического учета туризма трудно оценить его реальный вклад в формирование бюджета и создание валового внутреннего продукта. Развитие туризма не обеспечено достаточно эффективной правовой базой, крайне медленно осуществляется переход на мировые стандарты качества туристских услуг.

Состояние материально-технической базы (от гостиничного до транспортного хозяйства) - одна из самых существенных проблем в современном туризме. Например, расходы на аренду транспорта для турфирм составляют до 50% себестоимости. Государство не может осуществлять значительных инвестиций в отрасль, частный капитал не рискует вкладывать средства, что отрицательно сказывается на развитости инфраструктуры туризма в крупных городах, резко снижает там качество туристских услуг.

Имеет место завышенный уровень цен для иностранных посетителей на предоставленный туристический продукт (получение визы, гостиницы, транспортное обслуживание, экскурсионные услуги и др.).

Актуальной стала проблема доминирования выездного туризма, усугубляющаяся утечкой денежных средств. В связи с этим одной из приоритетных задач должно стать развитие въездного туризма, в том числе и с целью активизации платежного баланса страны.

Решение части проблем развития туризма связано с кадровым обеспечением отрасли. Уже начинает сказываться недостаток "узких"специалистов с хорошими знаниями в области финансов, страноведения, компьютерной технологии, работы с персоналом, культурологии и других направлениях.

Важным фактором, который необходимо учитывать при создании туристского продукта, является отношение к иностранным туристам со стороны местных жителей. Гостеприимство, дружелюбие, отзывчивость белорусов - общепризнанные черты национального характера. Однако в условиях социально-экономического кризиса иностранные туристы часто сталкиваются с проявлениями криминализации общества, частотой межличностных конфликтов, что ухудшает впечатление от пребывания в стране.

В настоящее время инфраструктура Беларуси имеет низкую оценку. Гостиничное хозяйство, транспортная система, предприятия общественного питания, индустрия развлечений не соответствуют запросам зарубежных туристов и требуют значительных капиталовложений. Также в больших капиталовложениях нуждаются туристические объекты и проекты, например стоимость реконструкции гостиницы "Минск" составляет 20 млн. дол., а реставрация и музеефикации Мирского замка определяется в размере около 25-30 млн. дол. Однако в условиях кризиса возможности бюджетного финансирования относительно крупных туристских проектов жестко лимитированы, а то и отсутствуют вовсе.

Нормативно-правовая база тоже требуется совершенствования. Нужно отметить неразработанность правовых основ функционирования отдельных элементов туристского комплекса, развития социального туризма, предоставления государственной поддержки производителей туристического продукта.

Положительным фактором следует считать появление рынка образовательных услуг в сфере туризма, на котором функционирует свыше 15 высших учебных заведений, однако количество вузов, участвующих в подготовке туристических кадров, невелико с учетом опыта соседних стран. И качество подготовки кадров невысокое.

Национальная программа развития туризма Республики Беларусь предусматривает создание высокоэффективного конкурентоспособного туристического комплекса рыночного типа, что делает актуальным анализ факторов и тенденций его формирования. В качестве инструмента исследования выступает модель "национального ромба" М. Портера, адаптированная в целях анализа туристического рынка. Модель "национального ромба" позволяет учесть основные детерминанты конкурентных преимуществ страны в сфере туризма: обеспеченность важнейшими факторами производства туристического продукта, параметры внутреннего туристического спроса, конкурентоспособность на международном уровне дополнительных и сопутствующих отраслей, а также характер конкурентной среды на внутреннем туристическом рынке.

Есть много предпосылок для развития туризма Беларуси.

Ресурсную основу развития экологического туризма, определяющую его территориальную организацию, составляет сеть особо охраняемых природных территорий. Природно-заповедный фонд Беларуси насчитывает 1.58 млн. га (7.6% территории страны) и включает Березинский биосферный заповедник; национальные парки (Беловежская пуща, Припятский, Браславские озера, Нарочанский); заказники республиканского (97 объектов) и местного (456) значения; 909 памятников природы республиканского и местного значения. Планируется создание ряда новых национальных парков: "Логойский", "Суражский", "Свислочско-Березинский", "Налибокский".

Также имеются предпосылки развития агротуризма в живописных экологически чистых сельских районах. Помимо природной основы (возможности отдыха в сельской местности с сохранившейся естественной природной средой, сбор грибов, ягод, лекарственных трав, рыбалка, охота и др.), ресурсную базу агротуризма составляет возможность знакомства с традиционным укладом жизни сельских жителей, народными ремеслами и промыслами, региональным фольклором. Однако, имея естественно-ресурсные предпосылки развития сельского и экологического туризма, Беларусь заметно уступает Польше, Литве и другим странам Европы в плане их освоения.

Ресурсные предпосылки развития имеет и международный охотничий туризм. К охотничье-промысловым относят 22 вида млекопитающих (лось, кабан, косуля, олень, волк и др.), 31 вид птиц (глухарь, тетерев, рябчик, кряква, чирок и др.). В Беларуси насчитывается свыше 200 охотничьих хозяйств, однако с учетом достигнутого уровня развития инфраструктуры принимать иностранных охотников могут лишь около 20 объектов. Помимо неразвитости материально-технической базы охотничьего туризма, следует отметить наличие негативных факторов организационно-правового характера - усложненные таможенные формальности при оформлении оружия и трофеев и др., - ограничивающих конкурентоспособность Беларуси на данном туристическом субрынке на фоне соседних государств.

Курортно-лечебные рекреационные ресурсы Беларуси, представленные климатическими факторами, месторождениями минеральных вод и лечебных грязей, имеют в основном внутреннее значение, содержание золота в вологодской области Коечный фонд курортно-рекреационного хозяйства Беларуси позволяет обеспечить ежегодный отдых и оздоровление лишь около 10% взрослого населения и 20% детей. На данном этапе повышение эффективности использования имеющегося курортно-лечебного потенциала, учитывая последствия катастрофы на ЧАЭС, следует связывать, прежде всего, не с иностранным туризмом, а с удовлетворением внутреннего спроса.

Внутреннее значение имеют и ресурсы спортивного туризма. Природные условия страны не позволяют разрабатывать маршруты походов высоких категорий сложности, привлекающие специализированные группы иностранных туристов. В то же время активные путешествия по Беларуси (пешие, водные, конные, велосипедные, лыжные) доступны для широкого круга туристов и могут являться привлекательным дополнительным элементом программ обслуживания иностранных посетителей.

Необходимо особо подчеркнуть, что основной причиной отставания Беларуси в области международного туризма является не низкое качество туристических ресурсов, а их неэффективное использование и отсутствие рекламно-информационного обеспечения. Достопримечательности Беларуси, включенные в Список объектов всемирного наследия ЮНЕСКО (Беловежская пуща, Мирский замок), несмотря на свой высокий статус, в настоящее время не являются объектами массового посещения иностранными туристами.

Белорусские объекты туристско-экскурсионного показа имеют значительную познавательную ценность, однако не используют широко распространенные за рубежом современные анимационные технологии создания туристического продукта. Таким образом, в целом естественный рекреационно-ресурсный потенциал как фактор конкурентоспособности туристического комплекса Беларуси заслуживает довольно высокой оценки, а главной задачей остается повышение эффективности его использования.

Формирование благоприятного туристского имиджа страны - приоритетное направление деятельности Национального агентства по туризму, учрежденного в 2001 г. Министерством порта и туризма. За первый год деятельности Агентства были созданы печатные и видеоматериалы, посвященные отдельным достопримечательностям Беларуси. Однако крайне ограниченный бюджет организации не позволяет осуществить полномасштабное рекламно-информационное обеспечение национального туристского продукта на уровне стран с развитием рекреационным хозяйством и соседних государств, конкурирующих с республикой за привлечение туристских потоков.

Так же необходимо провести упрощение пограничных формальностей, снижение стоимости туристических виз и упрощение процедуры их получения, ускорение прохождения таможенного контроля для организованных туристских групп.

## 2.2 Развитие туристического рынка Чехии

Существуют страны, которые в силу особенностей климата, живописности ландшафтов или исторического прошлого просто не могут не быть туристическим центрами - любое иное использование ресурсов было бы расточительством. Чехия относится именно к этой категории.

Новое государство - Чешская Республика, образованное в результате распада Чехословакии 1 января 1993 г., относится к странам, где туризм всегда играл значительную роль в экономике. Чешская Республика имеет выгодное экономико-географическое положение в сердце Европы, богатый природный потенциал и хорошо известна на туристическом рынке, благодаря историческим и культурным памятникам, прежде всего Праги как главного центра.

Несмотря на что Чехия не имеет выхода к морю, климат этой страны без колебаний можно назвать мягким. Чешские зимы, как правило, снежны, но не морозны: температура ниже - 5 градусов по Цельсию является редкостью. Лето в Чехии умеренно теплое: двадцатипятиградусная жара считается чуть ли не погодной аномалией, а средняя температура воздуха в июле составляет около 20 градусов. Такая погода является идеальной для отдыха с детьми: кроме того, климат Чехии в совокупности с чистым воздухом очень благоприятно сказывается на здоровье людей, страдающих или склонных к астме и сердечно-сосудистым заболеваниям. Состояние окружающей среды Так или примерно так можно назвать совокупность факторов, называемых в народе "экологией".

С этой точки зрения Чехия также является весьма привлекательным регионом: промышленные предприятия, как правило, удалены от курортов, а "экологические" требования предъявляемые к ним, по-европейски жестки. Чехи вообще очень ревностно относятся к своей земле, причем это проявляется, как на бытовом, так и на государственном уровне. Итог очевиден: уровень загрязненности воздуха, воды и почвы в Чехии ниже среднеевропейского, а сами европейцы охотно приобретают недвижимость во всех регионах этой страны. Рельеф и природные ландшафты Рельеф Чехии достаточно разнообразен. Большая часть территории страны расположена на Чешско-Моравской возвышенности, разделяющей бассейны Дуная и Эльбы.

Для этих регионов характерны равнины, покрытые смешанными лесами. Леса в Чехии являются национальным достоянием, и их сохранению в первозданном виде уделяется большое внимание. На севере и северо-западе Чехии расположены невысокие горные массивы - Рудные Горы и часть Судет. Горные хребты, покрытые хвойными лесами, исключительно живописны, хотя и уступают в этом плане Швейцарским Альпам. Чехия исключительно богата реками и озерами, отдых на которых пользуется большой популярностью, как у чехов, так и иностранных туристов. Особенно привлекательны здешние озера для рыболовов-любителей, многие из которых едут сюда исключительно ради знаменитых чешских карпов. Историческое и культурное наследие Чехия имеет очень богатую историю - достаточно сказать лишь, что первое упоминание о Праге датируется 9 веком нашей эры.

В разное время территория современной Чехии находилась под юрисдикцией разных государств, большинство из которых давно исчезло с политической карты Европы. Богатое историческое прошлое Чехии оставило после себя не менее богатое культурное наследие. На территории Чехии расположены сотни памятников архитектуры, среди которых имеется около полутора десятков прекрасно сохранившихся средневековых замков, а также множество дворцов и соборов, возведенных в разное время. Разумеется, большая часть архитектурных памятников находится в Праге и Каровых Варах, однако практически любой Чешский город может гордиться своими уникальными зданиями, скульптурами и парками. Население Чехии. Чешский менталитет В настоящий момент в Чехии проживает порядка 10,2 миллионов человек. Чехи составляют абсолютное этническое большинство - их численность превышает 9 млн. С точки зрения национального характера чехи являются типичными европейцами - доброжелательными, неторопливыми, рассудительными и довольно скромными. Внешняя атрибутика успеха никогда не числилась в списке приоритетных ценностей жителей Чехии - поэтому подавляющее большинство дорогих торговых центров, бутиков и увеселительных заведений ориентировано исключительно на иностранных туристов. Туристическая инфраструктура На территории Чехии расположен один из старейших курортов в Европе - Карловы Вары (в прошлом Карлсбад).

Этот факт свидетельствует не только о самоценности курортного лечения в Чехии, но и о том, что эта страна имеет многолетний опыт обслуживания туристов, что наряду государственной программой развития туризма является важнейшие предпосылкой для создания современной туристической инфраструктуры. Следует отметить, что туристическая инфраструктура действительно является современной - подавляющее большинство отелей и баз отдыха построено в последние двадцать лет. Разумеется, в Чехии, особенно в Праге, имеются гостиницы, история которых насчитывает несколько столетий, однако такие места отнюдь не рассчитаны на массового потребителя.

Магазины и увеселительные заведения в Чехии также представлены во всем многообразие, но только в туристических городах. Это следует принять во внимание в том случае, если вы планируете приобрести так называемый экотур: в небольших чешских городках и поселках единственным местом "светского" отдыха являются "хосподни", то есть пивные. Цены Отдых в Чехии нельзя назвать слишком дорогим. Стоимость десятидневного тура в Чехию составляет от … до … в зависимости от типа тура (развлекательный, экскурсионный, оздоровительный и т.п.) класса гостиницы, и уровня обслуживания. Что же касается цен на потребительские товары и услуги, то они в среднем ниже московских, причем в провинции разница бывает весьма и весьма ощутимой.

По богатству природных источников минеральных и термальных вод, а также лечебных грязей, используемых почти на 40 курортах страны, Чехия считается одной из ведущих "санаторных держав" мира. Наиболее известны и популярны у гостей страны Карлови-Вари, Марианске-Лазне и Франтишкови-Лазне, образующие так называемый "курортный треугольник". Около 90% туристов, отправляющихся в Чехию, выбирают Прагу или отдых в "курортном треугольнике".

Среди других популярных чешских курортов - первый в мире радоновый курорт Яхимов, старейший чешский курорт Теплице, Дарков, Белоград, Тршебонь и Бехине в Южной Чехии, Лугачовице и Есенник в Моравии и др. В стране появились санатории, специализирующиеся на spa-программах.

Чешские земли полны уникальными культурно-историческими памятниками мирового значения. Двенадцать из них внесены в Список мирового культурного и природного наследия человечества ЮНЕСКО. Туристов ждет знакомство с историческим центром Праги, средневековыми замками и старинными городами Телч, Чески Крумлов, Кутна Гора, Голашовице и другими жемчужинами архитектурного зодчества.

Без преувеличения условия созданы в Чехии для развития конгрессного и делового туризма: удобное географическое расположение в центре Европы, развитая инфраструктура, качественно оборудованные конференц-центры, высокий стандарт гостиничного и ресторанного сервиса.

Крупнейшими в стране являются Конгрессный центр Праги, Выставочный центр в Брно, Конгрессный центр в Градец-Кралове. Проведение конгрессных мероприятий возможно в подавляющем большинстве чешских гостиниц категории 5 звезд, некоторых замках и дворцах.

Чехия - привлекательное направление и для инсентив-поездок. Здесь предлагаются специальные активные программы, проложены трассы для походов и велопрогулок, есть немало возможностей для активного отдыха после деловых встреч и презентаций: горные лыжи, альпинизм, рафтинг, виндсерфинг, водные лыжи или просто катание на лодке по озеру.

Объем прибытий иностранных посетителей хотя и уменьшился, но остается на уровне 100 млн., что позволяет Чехии удерживаться в числе 15 наиболее посещаемых стран мира. Однако подавляющая часть посещений приходится на однодневные визиты и транзитные переезды.

К услугам туристов в Чешской Республике - разнообразные средства размещения. Среди них повышенным спросом пользуются предложения отелей категории три звезды и отелей категории "люкс". Многие туристы останавливаются у родственников и знакомых, другие - в лагерях отдыха, которых насчитывается 600, или хостелях. Суммарная вместимость составляет свыше 500 тыс. койко-мест в более чем 9000 коллективных средствах размещения стране.

Степень удовлетворенности туристов пребыванием в Чехии высока. Однако есть недовольные недостаточным уровнем развития коммуникационной системы, например, скоростных автомагистралей или объездной дороги вокруг Праги. Оставляет желать лучшего и знание иностранного языка среди местного населения и подготовка обслуживающего персонала. Так же уровень преступности весьма велик: карманные кражи, завышенные тарифы перевозки на такси, проституция, расизм, и ксенофобия, некорректное поведение обслуживающего персонала.

Объем выездного туризма оценивается на уровне 35 млн. поездок. Подавляющая часть их осуществляется наземным транспортом (91%), но отмечается рост доли воздушного транспорта.

Из всего вышесказанного можно сделать простой и вполне очевидный вывод о том, что Чехия является практически идеальным для отдыха местом. Подобный вывод в полной мере подтверждается как постоянно растущим спросом на путевки в Чехию, так и множеством восторженных отзывов об отдыхе в этой стране.

Одной из главных проблем регионального развития в Чехии является чрезмерная концентрация иностранных туристов в Праге. Второе место по посещаемости занимает район г. Градец-Кралове и другие области. Обширные области, например, Височина пока не столь популярны у иностранных туристов, но имеют богатый природный потенциал. Здесь так же, как в большинстве приграничных холмистых районов, успешно развивается внутренний туризм.

Красоты природы привлекают многих туристов, поэтому природные комплексы нуждаются в охране. Охраняемые территории в Чешской Республике представлены 24 охраняемыми ландшафтами и четырьмя национальными парками. Вместе с национальными резерватами дикой природы и национальными памятниками природы они занимают более 15% площади страны. Особо ценные ландшафты были включены во Всемирную сеть охраняемых биосферных резерватов. Для дальнейшего развития туризма и сохранения этих объектов для туристов необходимо разработать новую программу для охраны данных зон.

В Чехии все больше и активнее развивается медицинский туризм, что способствует появлению все большего количества специализированных "медицинских" туроператоров. Большинство туристических агентств по традиции концентрирует свое внимание на отраслях эстетической хирургии и экстракорпорального оплодотворения, однако некоторые компании начинают экспериментировать с другим перечнем услуг и предложений.

В свете замедления мировой экономики только в одном из секторов туризма наблюдается значительный рост: по данным британского сервера Responsibletravel.com продажи так называемых нетрадиционных экологических путевок выросли в течение первых шести месяцев текущего года на 37%. Речь идет о экологическом и познавательном индивидуальном туризме, при помощи которого туристы знакомятся с новой культурой и ее истоками, не нарушая при этом традиционного течения жизни в местах посещения и не нанося вреда окружающей среде. Согласно топ-листу наиболее продаваемых путевок самая популярная по экологическому отдыху страна - [Великобритания](http://www.hypernews.ru/search/?from=518&id=66451), что скорее всего вызвано решением британцев проводить отпуск дома из-за слабого курса английского фунта. Далее по списку популярности следуют Тайвань, [Египет](http://www.hypernews.ru/search/?from=518&id=66475), [Италия](http://www.hypernews.ru/search/?from=518&id=66487), [Перу](http://www.hypernews.ru/search/?from=518&id=66546), [Малайзия](http://www.hypernews.ru/search/?from=518&id=66522), [Марокко](http://www.hypernews.ru/search/?from=518&id=66525) и [Танзания](http://www.hypernews.ru/search/?from=518&id=66579).

Государственное агентство CzechTourism считает, что [Чехии](http://www.hypernews.ru/search/?from=518&id=66597) тоже есть что предложить для осуществления подобного туризма. На сегодняшний день в республике существует ряд предложений по агро - и экотуризму, а также небольшая сеть экологических отелей, исполняющих все требования Министерства окружающей среды ЧР. Таких отелей в [Чехии](http://www.hypernews.ru/search/?from=518&id=66597) насчитывается 9, правда, только один из них - замок Мцели - имеет не только чешский, но и европейский сертификат экологической гостиницы. Согласно исследования, проведенного агентством CzechTourism, большинству (69%) туристов в Чехии вообще не известно о существовании экологического туризма в стране. Только 3% опрошенных сообщили, что искали возможности для проживания в экологических гостиницах. 20% респондентов заявили, что при наличии предложения обязательно бы воспользовались экологическими услугами на проживание. И только 11% туристов никогда не интересовались проблемой сохранения окружающей среды.

Сейчас Чехия отошла от территориальной и событийной тематики привлечения туристов и обратилась к более общим турпродуктам. Таким, как, например, Богатство истории (грады, замки, технические и религиозные памятники), Чешское курортное лечение, Активный отдых (гольф, велоспорт, экстремальные виды спорта и развлечений, рыболовство, пеший туризм), Конгрессoвый, корпоративный и инсентивный туризм и Отдых по интересам (гастрономия, музыка, фестивали). В рамках Активного отдыха Чехия целенаправленно сосредоточилась на продвижении гольфового туризма. Большим успехом чешского гольфа стало получение титула "Лучшее гольф-направление 2007 года" на Международной выставке International Golf Travel Market в Испании (ноябрь, 2006 г), который Чешской Республике был присвоен Международной Ассоциацией гольфового туризма (International Association of Golf Tour Operators) (IAGTO). Об успешном развитии гольфового туризма свидетельствует и новый слоган Чешская Республика - Гольфовая Республика (Czech Republic - The Golf Republic).

Деятельность зарубежных представителей, которые сотрудничают с профессионалами турбизнеса и престижными зарубежными средствами массовой информации, направлены на продвижение и создание имиджа Чешской Республики как привлекательного туристического направления. Десятки мероприятий для общественности являются доказательством того, что важное значение придается и индивидуальному туризму. Из стран, где агентство CzechTourism уже имеет свои представительства, в Чешскую Республику приезжает более 80% туристов.

Важной стороной развития туризма Чехии и создания благоприятного имиджа этой страны является и информационно-медиальная деятельность, такая как:

Ценный источник информации для журналистов и широкой общественности - сайт в Интернете: [www.CzechTourism.com](http://www.czechtourism.com/), где можно найти достоверную информацию о Чешской Республике на на 18 иностранных языках. Чешская Республика имеет свои веб-страницы: [www.visiteurope.com](http://www.visiteurope.com/).

Агентство по туризму Чехии выпускает пресс-релизы, информирующие об актуальных событиях в туризме, культуре и спорте. Пресс-релизы рассылаются для прессы по электронной почте на английском, немецком, французском, испанском и русском языках, а также доступны на веб-страницах: [www.CzechTourism.com](http://www.czechtourism.com/).

Кроме пресс-релизов CzechTourism, о событиях в туристической области, культуре, спорте и транспорте информирует Интернет-журнал iNFO-bulletin ([http://bulletin. czechtourism. cz/](http://bulletin.czechtourism.cz/)). iNFO-bulletin выходит на английском, немецком и русском языках. Для доступа к нему желающие могут зарегистрироваться на вышеуказанном сайте в Интернете.

Доступны бесплатно также видеоматериалы в "Медиа-галерее" CzechTourism ([http://photo. czechtourism.com](http://photo.czechtourism.com/)). Это фотографии, видеосюжеты, электронные открытки и кадры из фильмов для телевизионных и киносъемочных групп и т.д.

С помощью электронного каталога [www.kudyznudy. cz](http://www.kudyznudy.cz/) (на чешском и английском языках) можно найти множество вариантов для проведения досуга в различных регионах Чешской Республики.

Для журналистов, киносъемочных групп и туроператоров CzechTourism проводит индивидуальные и групповые пресс-туры и ознакомительные поездки. В 2008 году агентство провело два крупных международных воркшопа под девизом "Наслаждайтесь Чешской Республикой!" (Enjoy the Czech Republic), которые включали в себя несколько тематических туров по регионам Чешской Республики с целью представить гостям наши национальные туристические продукты.

Агентство также оказывает помощь журналистам в получении разрешения на кино или фотосъемки.

Высокий уровень популяризации Чешской Республики обеспечивает и официальное участие агентства CzechTourism в международных специализированных туристических выставках, которое осуществляется в сотрудничестве с другими чешскими субъектами, работающими в туризме. Перечень выставок опубликован на чешских сайтах: [www.czechtourism. cz](http://www.czechtourism.cz/) (ссылка "veletrhy"). Aгентство также организует рабочие встречи и презентации в странах, где у него нет зарубежных представительств. Цель этих представительств состоит в том, чтобы информировать частных лиц и средства массовой информации oб актуальных туристических предложениях Чешской Республики, и в особенности в том, чтобы дать возможность чешским поставщикам услуг самим представлять свои продукты и устанавливать новые контакты с местными туроператорами.

Чешская Республика располагает большим потенциалом в конгрессовом туризме, так как предлагает услуги мирового уровня и одновременно относится к наиболее безопасным странам мира. Это также - одна из причин того, что CzechTourism сосредоточивает значительные усилия на презентации Чешской Республики как страны с идеальными условиями для проведения конгрессов и инсентивного туризма. Maркетинговая деятельность oтдела кoнгрессов и инсентивного туризма (KIT) включает в себя тематическиe презентации и рабочие встречи в выбранных дестинациях, а также участие в специализированных туристических ярмарках, которые направлены именно на деловой туризм (MICE-business). Отдел KIT планирует ознакомительные поездки и пресс-трипы, ориентируясь, в частности, на результаты проведенных зарубежных презентаций. Успехи Чешской Республики в области конгрессового и инсентивного туризма подтверждает тот факт, что в 2000 году Прага была местом проведения юбилейного заседания Международного валютного фонда и Всемирного банка, а в 2006 году - конгресса Американской ассоциации туристических канцелярий (American Society of Travel Agents - ASTA). Конгрессовый потенциал регионов ЧР подтвердло председательство ЧР в Европейском союзе в 2009 году.

K важным сторонам деятельности агентства CzechTourism относится выпуск печатных информационно-пропагандистских материалов на 17 языках. Они рассылаются в зарубежные страны с целью мотивировать их общественность к посещению Чешской Республики.

Созданию медиального имиджа страны помогла исторически первая телевизионная рекламная кампания Чешской Республики в 2004 году. Кампания под названием "Come to slow down" не осталась единственной. За ней последовали целенаправленные рекламные акции в некоторых соседних странах (например, в Польше, Австрии, Германии, Словакии).

В 2006 году уже приглашали туристов в Чешскую Республику на телеканалах CNN, CNBC и Eurosport новые рекламные споты "Чешская Республика - симфония впечатлений". В 2007 году агентство направило свои усилия на привлечение в ЧР туристов из Венгрии, а затем состоялась презентация новых веб-страниц [www.czechtourism.com](http://www.czechtourism.com/), рекламная кампания в 16 европейских странах. В 2008 году прошел roadshow в нескольких российских городах.

Агентство CzechTourism готовит и проводит много других мероприятий.

Среди них старейший в мире фестиваль кино и мультимедийных печатных изданий по туристической тематике TOURFILM, ([www.tourfilm. cz](http://www.tourfilm.cz/)), участвует в совместных проектах по продвижению стран Вышеградской четверки (Чешская Республика, Словакия, Венгрия, Польша) на международных рынках ([www.european-quartet.com](http://www.european-quartet.com/)), проводит конкурсы на лучшее знание Чешской Республики среди зарубежных туристических канцелярий, предлагающих туры в ЧР, организует общегосударственный проект для учащихся начальных и средних школ "Приветствуем туристов" и многое другое.

CzechTourism прикладывает все возможные усилия к созданию туристического имиджа Чешской Республики.

## 2.3 Сравнительный анализ развития туристического рынка Беларуси и Чехии

Несмотря на наличие всех необходимых предпосылок для развития туризма в Беларуси современное состояние этой отрасли в стране не на высшем уровне, Беларусь существенно уступает по параметрам въездного туризма остальным странам Европы.

Беларусь занимает очень выгодное рекреационно-географическое положение, это вызвано и соседством с европейским рынком. По трансъевропейскому коридору Париж-Берлин-Варшава-Брест-Минск-Москва территорию Беларуси пересекают около 10 млн. человек. Этот факт сказался на формировании благоприятного имиджа Беларуси как объекта туризма.

Природные комплексы и историко-культурное наследие Беларуси по своей ценности, запасам и другим характеристикам позволяют разработать диверсифицированный конкурентоспособный национальных туристический продукт, включающий различные виды туров для иностранных посетителей: экологические, сельские, охотничьи, этнические, фольклорно-этнографические, программы кратковременного обслуживания транзитных и трансграничных потоков, специализированные туры.

Однако использование туристического потенциала осложняется в связи с радиоактивным загрязнением окружающей среды. Это делает практически невозможным развитие популярного сейчас экологического туризма в стране. А в Чехии наоборот активно развивается этот вид туризма.

В Беларуси нет единой системы государственного управления регулирования сферы туризма и его правового обеспечения, в отличии от Чехии, где эти вопросы четко отрегулированы. В отличии от Беларуси - Чехия давно перешла на международные стандарты качества туристических услуг и обслуживания туристов.

В настоящее время Республика Беларусь мало известна на мировом туристском рынке как самостоятельное государство, имеющее древнюю историю, богатую культуру, разнообразную природу. Слабо развита система маркетинга национального туристского продукта и его продвижения на мировом и внутреннем рынке, низок туристский рейтинг Республики Беларусь, отсутствует реальное сотрудничество с зарубежными фирмами и международными туристскими организациями.

## Глава 3. Современное состояние и перспективы развития туристического обмена между Чехией и Беларусью

## 3.1 Современное состояние туристического обмена между Чехией и Беларусью

Начиная с 1994 года, когда в Чешской Республике было открыто посольство Беларуси, была сформирована законодательная база наших двусторонних отношении в экономической сфере. Ее основу составляют межправительственные соглашения о торгово-экономическом сотрудничестве между Республикой Беларусь и Чешской Республикой, о взаимной защите и поощрении инвестиций, об избежании двойного налогообложения, о сотрудничестве в области промышленной собственности, о международном автомобильном движении, о безвизовых поездках граждан обеих стран. Подготовлены соглашения между министерством промышленности и торговли Чешской Республики и министерством внешних экономических связей Беларуси. В стадии разработки находятся соглашение между министерствами промышленности Чехии и Беларуси и рядом других ведомств наших стран. Все это создает стабильные условия для сотрудничества чешских и белорусских компаний и заводов, а так же развития туристического обмена между нашими республиками.

Многие чешские предприятия, которые раньше шли только на запад, сегодня признали, что Беларусь, да и все страны восточного рынка представляют большой интерес для Чехии. Экономические и туристические отношения начали очень интенсивно развиваться.

После вступления Чехии в Европейский Союз отношения между странами немного охладились, так как сама Беларусь еще не вступила в этот Союз и это немного осложняет взаимоотношения этих стран. Сейчас Чехия надеется на то, что парламентские выборы в Беларуси будут демократичными, и Европейский Союз признает их результаты.

Из всех областей сотрудничества торгово-экономические отношения между нашими странами развиваются наиболее интенсивно. К концу текущего года товарооборот между Чехией и Беларусью достигнет 400-450 млн. долларов. За последние три года он уже увеличился вдвое. По данным чешской статистики, за 7 месяцев текущего года объем взаимной торговли составил 255 млн. евро, что на 65% больше, чем за соответствующий период 2007 года.

Хотелось бы отметить, что многие крупные белорусские предприятия создавались в конце 60-х - 70 - годах прошлого века с участием чешских заводов и фабрик. В новых условиях и с новыми технологиями они возвращаются в Беларусь, чтобы помочь в реконструкции и модернизации этих производств.

Что касается чешских инвестиций в белорусскую экономику, то их рост в определенной степени зависит от продвижения экономических реформ в Беларуси, прежде всего, от прозрачности процессов при приватизации.

Интерес чешских компаний к Беларуси растет. На белорусский рынок стремятся выйти сотни чешских фирм, и десятки из них успели добиться хороших результатов. Существует возможность финансирования поставок в Беларусь продукции чешских фирм за счет кредитов Чешского экспортного банка и Общества по гарантированию и страхованию экспорта.

В этом году белорусов ждет новое широкомасштабное знакомство с чешской культурой. Правительство Чешской Республики приняло решение профинансировать в 2010 году презентацию достижений чешского изобразительного искусства во всех странах, в которых аккредитованы чешские дипломатические миссии. Посольство Чехии в Беларуси с энтузиазмом поддержало идею проведения в течение года в Минске нескольких выставок работ чешских художников различных жанров и художественных направлений.

Кроме того, в этом году в Минске пройдет органный концерт с участием чешских исполнителей. Обсуждаются планы по налаживанию сотрудничества с Белгосфилармонией и оркестром Национальной белорусской оперы, а также с Национальным художественным музеем соответствующих чешских учреждений культуры.

Думаю, что наряду с живописью, в Беларуси можно было бы представить чешскую архитектуру, дизайн, изделия из стекла, бижутерию, церковное искусство. Для этого необходима поддержка спонсоров, и мы будем ее искать.

В последние годы нам удалось издать несколько книг чешских авторов в переводе на белорусский язык. Но у нас есть ещё более амбициозные планы. Мы надеемся, что в ближайшем будущем белорусские читатели смогут собрать целую библиотеку чешских книг, включая произведения Карела Чапека, Ярослава Гашека и других наших писателей. Однако о финансовом аспекте этого вопроса, наверное, следует позаботиться белорусской стороне.

Из мастеров белорусской художественной школы, с творчеством которых мне хочется познакомить чешскую публику, я бы выделил пейзажистов. У вас замечательная школа пейзажистов. Я хотел бы помочь в налаживании контактов между белорусскими и чешскими художниками, а также между художественными музеями наших стран для сотрудничества в плане обмена экспозициями.

Чешская Республика стала любимым местом пребывания для гостей из Беларуси.

В прошлом году посольство Чехии в Минске выдало почти 23 тысяч виз, в этом году уже около 13 тысяч виз. Однако точное количество белорусов, посетивших Чехию, назвать невозможно. Поскольку с 21 декабря 2007 года Чешская Республика вступила в шенгенскую зону, в нашу страну можно въехать с любой действительной шенгенской визой.

Отмечается постоянный рост количества индивидуальных туристов, которые путешествуют самостоятельно без помощи туристических компаний. Туристы из Беларуси едут в Чехию на протяжении всего года, особенно активно весной и летом, а также в новогодние праздники.

Чешских граждан, въезжающих в Беларусь, намного меньше, но точной статистикой мы не располагаем.

## 3.2 Перспективы развития туристического обмена между Чехией и Беларусью

Факты свидетельствуют о том, что в минувшем десятилетии между Беларусью и Чехией складывались весьма обнадеживающие торгово-экономические отношения. Сейчас две страны вошли в фазу определенного политического охлаждения, что совершенно не отменяет развития деловых связей. А в нынешних условиях, возможно, именно этот сегмент двустороннего белорусско-чешского сотрудничества и должен развиваться особенно интенсивно с учетом уже сложившихся традиций и накопленного опыта.

Углубляется и прямое сотрудничество чешских экспортеров с отдельными министерствами, торговыми палатами и союзами предпринимателей, экспортными и инвестиционными агентствами "Czech Trade" и "Czech Iuvest". Например, в минувшем году наше министерство промышленности и торговли создало новую интегрированную систему информирования предпринимателей и экспортеров - http://www.businessinfo. cz.

Чешские предприниматели, государственные учреждения и экспортные организации работают на белорусском рынке во взаимодействии и не избегают серьезных и профессиональных предложений белорусских предприятий, связанных с продвижением их продукции на чешский рынок. Рыночная экономика в Чехии, как и в остальном мире, регулируется размером прибыли, качеством, соответствующим международным стандартам, экологическим нормам. У нас с успехом продвигаются белорусские изделия с более низкой добавленной стоимостью - удобрения, древесина, металл. Стимулировать же взаимный товарооборот могут договоры о транспортном сообщении, об избежании двойного налогообложения, о взаимной поддержке и защите инвестиций, а также соглашения между внешнеполитическими ведомствами, о сотрудничестве в области здравоохранения и медицины, о воздушном сообщении.

Стоимость основной туристической визы в Чехию со сроком пребывания в стране до 90 дней составляет 800 крон, или 35 долларов. Для белорусских граждан стоимость туристической визы снижена наполовину и составляет соответственно 400 крон, или 17 долларов. Заметим, что и все остальные типы виз граждане Беларуси оплачивают в половинном размере. А те из них, кому еще нет 15 лет или они являются членами семей граждан государств - членов Евросоюза, визы и вовсе получают бесплатно. Кроме того, при определенных условиях и в исключительных случаях чешский закон разрешает освобождать въезжающих в Чехию от консульского сбора за прием заявления на чешскую визу. Словом, визовые отношения с Беларусью сегодня лишены каких-либо сложностей. И мы в ближайшее время не ожидаем здесь упрощения визового режима.

С удовлетворением можем отметить, что чешское правительство без колебаний присоединилось к международной чернобыльской программе "Сотрудничество для реабилитации". И белорусские дети сейчас, например, регулярно ездят на бесплатный летний оздоровительный отдых в чешские высокогорные области, где их ждет не только медицинское обслуживание, но и культурно-спортивные программы. Визы для детей и сопровождающих их взрослых предоставляются бесплатно. Надеемся, что стремление будет положительно воспринято белорусскими властями и в последующие годы. В минувшем году, например, предложено несколько "малых" проектов. В частности, швейные машинки для мастерских народного творчества. Эту инициативу оценили партнеры - Комитет по вопросам Чернобыля Беларуси и Комитет по предложениям программы "Сотрудничество для реабилитации".

Чешские предприниматели встречаются в Беларуси с бюрократическими препонами, искусственно поддерживаемым уровнем занятости, непрозрачным налоговым законодательством, минимумом преимуществ в свободных экономических зонах, зачастую конфискационным подходом таможенных органов. Эти и другие трудности не просто отталкивают чешских предпринимателей от основания совместных предприятий и вложения инвестиций в белорусскую экономику, но часто ведут к прекращению новых многообещающих торговых контактов.

Нет сомнений, что в области энергетики и машиностроения есть чешские фирмы, способные продвинуться на белорусском рынке. Но совершенно различные принципы чешской и белорусской экономик (например, доля частного капитала) реально затрудняют вхождение чешских предприятий на белорусский рынок. Несмотря на это сотрудничество в виде торгового обмена в этих областях существует, хотя и ограничивается пока лишь отдельными поставками.

В прошлом году не без участия Чешского посольства была организована встреча чешских и белорусских предпринимателей. И в этом году, если удастся найти достаточное количество заинтересованных чешских фирм, мы планируем продолжить такие встречи, которые являются одним из путей в установлении новых бизнес-контактов. Неотделимой составляющей ежедневной работы посольства является прямая информационная поддержка чешских и белорусских предпринимателей. Цель - создание качественного информационного поля, которое сделало бы возможным для хозяйствующих субъектов обеих стран прямой доступ к базам данных спроса и предложений друг друга, а также другой информационный сервис, а также и дальнейшее развитие туристического обмена между странами.

## Заключение

В Республике Беларусь необходимо сформировать и развивать высокоэффективный и конкурентоспособный туристский комплекс, обеспечивающий, с одной стороны, широкие возможности для удовлетворения потребностей отечественных и зарубежных граждан в разнообразных туристских услугах, а с другой - значительный вклад в развитие экономики страны (налоговые поступления в бюджет, приток валютных средств, увеличение количества рабочих мест, сохранение и рациональное использование историко-культурного наследия и природного потенциала).

Необходимо уделить внимание следующим направлениям:

формирование имиджа Беларуси как привлекательного туристского объекта;

формирование национального туристического продукта и обеспечение его качества в соответствии с мировым уровнем;

комплексное развитие туризма на основе поддержки и выбора оптимальных методов государственного регулирования отрасли.

В соответствии с данными направлениями следует сосредоточить внимание на первоочередных задачах:

обеспечение системы новых подходов государственного регулирования в туризме, отвечающих изменившимся социально-экономическим условиям, целям, принципам и задачам осуществления туристской деятельности;

усиление роли государства в управлении туристской отраслью, через уполномоченный республиканский орган государственного управления;

совершенствование нормативной правовой базы развития туризма, механизма государственного регулирования в этой сфере;

принятие мер по кадровому, научно-методическому, рекламно-информационному обеспечению туристской отрасли;

развитие инфраструктуры туризма, разработка комплекса мер по содействию модернизации материальной базы туризма, активизации строительства новых объектов;

продвижение белорусского продукта на мировой рынок туристских услуг;

обеспечение развития малого предпринимательства, развитие объектов потребительского рынка и услуг, стимулирование занятости населения в области туризма и обслуживающей сфере;

создание условий для инвестирования и других форм финансирования, кредитования субъектов отрасли.

Выполнение данной программы внесет значительный вклад в социально-экономическое развитие Республики Беларусь. Главный социальный эффект - в создании благоприятных условий для обеспечения иностранных граждан и граждан Республики Беларусь туристскими услугами. Это будет достигнуто за счет увеличения поступлений в доходную часть бюджета, укрепления материальной базы туризма, потока инвестиций, увеличения числа рабочих мест, профессиональной подготовки и повышения квалификации специалистов для работы в индустрии туризма.

Реализация данных мероприятий также будет стимулировать развитие таких отраслей экономики, как сфера услуг, сельское хозяйство, транспорт, связь, торговля и общественное питание, строительство и реконструкция автодорог, благоустройство городов и населенных пунктов, производство сувенирной продукции, а также подготовка и переподготовка кадров, что поможет решить проблему занятости населения, в первую очередь молодежи.

Предполагается, что выручка за организацию туризма к 2010 году возрастет до 870141,2 млн. рублей, прибыль от туризма к 2010 году составит 18706,9 млн. рублей.

Разработанные мероприятия будут способствовать дальнейшему увеличению потока туристов как внутри страны, так из-за рубежа, приведут к значительному повышению привлекательности национального турпродукта сферы международного предпринимательства и делового сотрудничества.

## Список литературы

1. Закон Республики Беларусь "О туризме" № 206-3 от 9 сентября 2007 г.
2. Федеральный закон от 24 ноября 1996 г. № 132-ФЗ "Об основах туристической деятельности в Российской Федерации".
3. Указы Президента и постановления правительства
4. Указ Президента Республики Беларусь от 2 июня 2006 г. №371 "О некоторых мерах государственной поддержки развития туризма в Республике Беларусь".
5. Указ Президента Республики Беларусь от 2 июня 2006 г. №372 "О мерах по развитию агроэкотуризма в Республике Беларусь".
6. Национальная программа развития туризма в Республике Беларусь на 2001-2005 годы.
7. Национальная программа развития туризма в Республике Беларусь на 2006-2010 годы.

Научная и учебная литература:

1. Александрова А.Ю. Международный туризм: Учебник. М., Аспект Пресс, 2002.
2. Биржаков М.Б. Экономическая безопасность туристической отрасли. - Спб.: Издательский дом "Герда", 2007. - 464с.
3. География международного туризма: страны СНГ и Балтии / авт. - сост.Л.М. Гайдукевич [и др.]. - Мн., 2004.
4. Герчикова И.Н. "Международное коммерческое дело": М., 2001. С.415.
5. Горбилева З.М. Экономика туризма: Учеб. пособ. - Мн.: БГУ, 2004. - 478с.
6. Прогноз изменения окружающей природной среды Беларуси на 2010-2020 гг. / под ред. В.Ф. Логинова. – Мн., 2004.

Периодические издания:

1. Антоненко Е. Современное состояние мирового туризма. http/www.inostranets.ru
2. Журнал "Директор", октябрь, 2006 г.
3. Журнал "Международное право и международные отношения", № 4, 2007.
4. Журнал "Все о туризме", Маринин М.М. "Туристические формальности и безопасность в туризме", № 1, 2010 г.
5. Интернет-газета "Эксперт-центр", <http://www.exspert.org.ua>
6. Газета "Чехия сегодня", 24.09.2009.
7. Российская газета от 17 июля 2002 г.
8. Tourism: 2020 vision. Madrid, 1997. // http://www.world-tourism.org
1. Федеральный закон от 24 ноября 1996 г. N 132-ФЗ "Об основах туристской деятельности в Российской Федерации" Российская газета от 26 ноября 1996 г. [↑](#footnote-ref-1)
2. Герчикова И.Н. Международное коммерческое дело. М. 2001 . с.415 [↑](#footnote-ref-2)
3. Интернет-газета «Эксперт-центр» - http://www.expert.org.ua [↑](#footnote-ref-3)
4. Маринин М.М. «Туристические формальности и безопасность в туризме», журнал «Все о туризме», № 1, 2010 г. [↑](#footnote-ref-4)