Содержание

|  |  |
| --- | --- |
| 1. Государственное регулирование туристической деятельности. Цели и методы регулирования. Лицензирование туристической деятельности | …3 |
| 2. Практическое задание | …10 |
| Список использованных источников | …29 |

**1. Государственное регулирование туристической деятельности. Цели и методы регулирования. Лицензирование туристической деятельности**

Законодательство Республики Беларусь о туризме основывается на Конституции Республики Беларусь и состоит из настоящего Закона, Закона Республики Беларусь от 9 января 2002 года «О защите прав потребителей» (Национальный реестр правовых актов Республики Беларусь, 2002 г., № Ю, 2/839) и иных актов законодательства Республики Беларусь.

Если вступившим в силу международным договором Республики Беларусь установлены иные правила, чем те, которые содержатся в настоящем Законе, то применяются правила международного договора[1, c. 126].

Организационными формами туризма являются международный и внутренний туризм.

Международный туризм включает в себя:

* въездной туризм - путешествие иностранных граждан и лиц без гражданства, не проживающих на территории Республики Беларусь, в пределах территории Республики Беларусь;
* выездной туризм - путешествие граждан Республики Беларусь, иностранных граждан и лиц без гражданства, постоянно проживающих на территории Республики Беларусь, за пределы территории Республики Беларусь.

Внутренний туризм - путешествие граждан Республики Беларусь, иностранных граждан и лиц без гражданства, постоянно проживающих на территории Республики Беларусь, в пределах территории Республики Беларусь.

Основными принципами государственного регулирования в сфере туризма являются:

* защита прав и законных интересов граждан, в том числе обеспечение их безопасности при занятии туризмом;
* развитие туризма и туристической индустрии как приоритетного направления социально-экономической политики Республики Беларусь;
* формирование представления о Республике Беларусь как 5 стране, благоприятной для развития туризма;
* обеспечение устойчивого развития туризма на территории Республики Беларусь; поддержка малого предпринимательства в сфере туризма;
* развитие конкуренции и недопущение монополистической деятельности на рынке туристических услуг;
* гласность и открытость разработки, принятия и применения мер государственного регулирования в сфере туризма.

Основными целями государственного регулирования в сфере туризма являются:

* обеспечение прав граждан на отдых, свободу передвижения и иных прав, реализуемых в сфере туризма;
* создание благоприятных условий для рационального использования свободного времени, доступности туризма;
* рациональное использование туристических ресурсов;
* охрана окружающей среды для предотвращения негативных последствий, обусловленных развитием туризма;
* создание условий для деятельности, направленной на воспитание, образование и оздоровление туристов;
* создание необходимых условий для обмена товарами, работами и услугами в сфере туризма в соответствии с международными договорами Республики Беларусь с учетом интересов граждан и субъектов туристической индустрии Республики Беларусь;
* развитие международных контактов.

Приоритетными направлениями государственного регулирования в сфере туризма являются поддержка и развитие экспорта туристических услуг, внутреннего, социального и экологического туризма, а также развитие туристической индустрии. Под экспортом туристических услуг понимается их оказание резидентами Республики Беларусь нерезидентам Республики Беларусь.

Государственное регулирование в сфере туризма осуществляется Президентом Республики Беларусь, Советом Министров Республики Беларусь, Министерством спорта и туризма Республики Беларусь, местными исполнительными и распорядительными органами и иными государственными органами в пределах их полномочий в соответствии с законодательством Республики Беларусь.

Президент Республики Беларусь определяет государственную политику в сфере туризма.

Совет Министров Республики Беларусь обеспечивает реализацию государственной политики в сфере туризма.

Министерство спорта и туризма Республики Беларусь реализует государственную политику в сфере туризма, осуществляет координацию деятельности в сфере туризма других республиканских органов государственного управления.

Местные исполнительные и распорядительные органы в пределах своей компетенции решают вопросы местного значения в сфере туризма, исполняют решения вышестоящих государственных органов в этой сфере.

Межведомственный экспертно-координационный совет по туризму при Совете Министров Республики Беларусь создается в целях совершенствования взаимодействия государственных органов, общественных объединений, субъектов туристической индустрии по вопросам создания благоприятных условий для устойчивого развития туризма в республике, повышения его экономической эффективности, формирования здоровой конкурентной среды, защиты внутреннего рынка туристических услуг, а также для выработки рекомендаций по:

* проведению государственной политики в сфере туризма и развитию конкуренции путем привлечения и эффективного использования финансовых ресурсов для реализации соответствующих целевых программ, проектов, мероприятий;
* реализации международных программ и соглашений по вопросам поддержки и развития туризма;
* соблюдению интересов субъектов и участников туристической деятельности в сфере туризма.

Положение о Межведомственном экспертно-координационном совете по туризму при Совете Министров Республики Беларусь утверждается Советом Министров Республики Беларусь.

Государственная поддержка туризма осуществляется в соответствии с государственными и местными программами развития туризма.

Государственные программы развития туризма утверждаются Советом Министров Республики Беларусь, местные программы развития туризма разрабатываются местными исполнительными и распоряди­тельными органами и утверждаются местными Советами депутатов.

Макроэкономическое регулирование сферы туризма через социаль­ную сферу позволяет использовать возможности деятельности и разви­тия корпоративных структур сферы туризма. Все это говорит о многих факторах и особенностях экономического регулирования туризма.

На рис. 1 представлена схема, иллюстрирующая виды государствен­ного регулирования сферы туризма. Регулирование происходит в основном через социальную сферу, что накладывает особенность на корпора­тивную деятельность в сфере туризма. Приходится учитывать все осо­бенности деятельности в социальной сфере и сфере туризма.

*Рис. 1.* Виды государственного регулирования сферы туризма.

Рынок туризма сильно зависит от государственной внутренней и внеш­ней политики. Корпорации сферы туризма могут формировать стихийный спрос собственной маркетинговой политикой, которая формирует услуги, их продвижение на рынке, авторитет и взаимодействие с организациями.

Но здесь корпораций ожидает еще и местное регулирование на уров­не органов местного самоуправления. Контроль осуществляют все орга­ны государственной политики[3, c. 94].

Также существуют ассоциации гостиничного и туристского бизнеса, которые активно влияют на стихийный рынок и лоббируют в местном самоуправлении необходимые правила и законы. Например, существует государственный реестр разрешенных контрольно-кассовых машин (ККМ) для применения в гостиницах и ресторанах, и решения комиссии по перечню реестра «лоббируют» организации, производящие эти кон­трольно-кассовые машины.

В современной России стихийный рынок требует дешевых услуг, а следовательно, это влечет и низкое качества обслуживания. Это рынок приезжих туристов (торговцев) из стран ближнего и дальнего Востока, стран СНГ. Туристские группы из стран западной Европы - и Америки требуют более дорогих услуг, но и более качественного обслуживания. Приходится иметь и качественный номерной фонд, рестораны и низко­качественный номерной фонд, дешевые кафе.

Все эти факторы влияют на статус корпорации, поэтому рынок оте­лей разделен на 1-2-х, 3-х и 4-5-ти звёздные. Для корпорации один из способов привлечения туристов - цена и качество оказываемой услуги.

При конкурентной борьбе ПК могут снижать цены, заключать выгодные сделки с мелкими туристскими фирмами или цепочками фирм гостиничного бизнеса на следующие сезоны. Но эта деятельность сложна и требует строго­го учёта, потому что цены могут измениться при наступлении сезона, тогда убытки от снижения цен могут привести к потере договорных связей.

Лицензирование является важным, но не единственным инструментом государственного регулирования туристического рынка. Роль государства может возрастать через развитие государственных компаний, содействие развитию современной туристической инфраструктуры, разработке мероприятий по рациональному использованию и защите национальных туристических ресурсов.

Лицензируемая деятельность может осуществляться юридическими лицами и индивидуальными предпринимателями[8, c. 63].

Лицензируемая деятельность имеет следующие составляющие работы и услуги:

* туроператорская деятельность;
* турагентская деятельность.

Лицензии действуют на всей территории Республики Беларусь.
Лицензия выдается сроком на 5 лет. Срок действия лицензии по его окончании может быть продлен по заявлению лицензиата на 5 лет.

Лицензионными требованиями и условиями, предъявляемыми к соискателю лицензии при ее выдаче, являются наличие:

1. для турагентской деятельности:
	* в штате соискателя лицензии не менее 30 процентов специалистов, имеющих высшее или дополнительное (на базе высшего) образование в сфере туризма или стаж работы в сфере туризма не менее 3 лет;
	* у руководителя юридического лица (его структурного подразделения) или индивидуального предпринимателя, осуществляющих турагентскую деятельность, высшего или дополнительного (на базе высшего) образования в сфере туризма или стажа работы в сфере туризма не менее 3 лет (из них не менее одного года в должности руководителя (заместителя руководителя) либо в должности руководителя структурного подразделения в случае, если туристическая деятельность не являлась профилирующей);
2. для туроператорской деятельности:
	* в штате соискателя лицензии не менее 30 процентов специалистов, имеющих высшее или дополнительное (на базе высшего) образование в сфере туризма или стаж работы в сфере туризма не менее 5 лет;
	* у руководителя юридического лица (его структурного подразделения) или индивидуального предпринимателя, осуществляющих туроператорскую деятельность, высшего или дополнительного (на базе высшего) образования в сфере туризма или стажа работы в сфере туризма не менее 5 лет (из них не менее двух лет в должности руководителя (заместителя руководителя) либо в должности руководителя структурного подразделения в случае, если туристическая деятельность не являлась профилирующей).

Лицензионными требованиями и условиями, предъявляемыми к лицензиату при осуществлении им лицензируемой деятельности, являются наличие:

* у юридического лица или индивидуального предпринимателя, осуществляющих туристическую деятельность, служебного помещения (офиса), отвечающего санитарным нормам, установленным законодательством Республики Беларусь, и оборудованного программно-техническими средствами связи;
* внешней рекламной вывески с информацией об исполнителе услуг и режиме его работы в соответствии с требованиями Закона Республики Беларусь «О защите прав потребителей» и Закона Республики Беларусь «О рекламе».

Лицензиаты обязаны обеспечивать:

* соблюдение прав и свобод туристов;
* безопасность и свободу передвижения в стране (месте временного пребывания);
предоставление туристам исчерпывающих сведений об особенностях путешествий;
* информирование туристов о регионах и странах, объявленных в установленном порядке опасными в отношении инфекционных заболеваний;
* беспрепятственный допуск работников лицензирующего органа и привлекаемых ими специалистов для проведения проверки на территорию проверяемых объектов и доступ к документам;
* выполнение лицензионных требований и условий, а также Закона Республики Беларусь «О туризме» и иных актов законодательства, регулирующих деятельность в сфере туризма.

Лицензия на осуществление туристической деятельности выдается сроком на 5 лет.

Срок действия лицензии по его окончании может быть продлен по заявлению лицензиата на 5 лет .

*Требования и условия, предъявляемые к соискателю лицензии:*

для туроператорской деятельности:

* наличие в штате соискателя лицензии не менее 30 процентов специалистов, имеющих высшее или дополнительное (на базе высшего) образование в сфере туризма (список ВУЗов прилагается) или стаж работы в сфере туризма не менее 5 лет;
* наличие у руководителя юридического лица (его структурного подразделения) или индивидуального предпринимателя, осуществляющих туроператорскую деятельность, высшего или дополнительного (на базе высшего) образования в сфере туризма или стажа работы в сфере туризма не менее 5 лет (из них не менее двух лет в должности руководителя (заместителя руководителя) либо в должности руководителя структурного подразделения в случае, если туристическая деятельность не являлась профилирующей);
* для турагентской деятельности:
* наличие в штате соискателя лицензии не менее 30 процентов специалистов, имеющих высшее или дополнительное (на базе высшего) образование в сфере туризма или стаж работы в сфере туризма не менее 3 лет;
* наличие у руководителя юридического лица (его структурного подразделения) или индивидуального предпринимателя, осуществляющих турагентскую деятельность, высшего или дополнительного (на базе высшего) образования в сфере туризма или стажа работы в сфере туризма не менее 3 лет (из них не менее одного года в должности руководителя (заместителя руководителя) либо в должности руководителя структурного подразделения в случае, если туристическая деятельность не являлась профилирующей).

*Перечень документов:*

[Заявление установленного образца](http://www.mst.by/Minsport5/Turizm/Lisenzirovanie/Zaiavlenie_2.doc)

Копии учредительных документов (устав, учредительный договор) юридического лица, свидетельство о государственной регистрации юридического лица или индивидуального предпринимателя.

Копия извещения налогового органа о присвоении учетного номера налогоплательщика.

Документ об уплате лицензионного сбора за рассмотрение заявления.

 Копии документов, подтверждающих право собственности или иного законного права пользования помещением, в котором предполагается осуществлять деятельность (договор аренды помещения или технический паспорт). При наличии договора аренды обязательно представлять технический паспорт помещения заверенный (печатью) арендодателем.

Копии документов, подтверждающих соответствие руководителей и специалистов юридических лиц (их структурных подразделений), индивидуальных предпринимателей лицензионным требованиям и условиям осуществления туристической деятельности (штатное расписание, копия свидетельства об окончании профильного учебного заведения, копия трудовой книжки, с подтверждением стажа работы в сфере туризма).

Копия соглашения (Договора) с иностранным юридическим лицом об организации приема иностранных туристов в Республике Беларусь (для туроператоров).

 В случае:

I. Утраты лицензии лицензиату может быть выдан ее дубликат. Для получения дубликата лицензии лицензиат обязан представить в Минспорта:

* заявление на получение дубликата;
* копию объявления об утрате лицензии, размещенного в одном из печатных средств массовой информации;
* документ, подтверждающий уплату лицензионного сбора за выдачу дубликата.

Дубликат лицензии выдается в течение 10 дней со дня представления указанных документов.

До выдачи дубликата лицензии действие лицензии не приостанавливается, а копии лицензии, заверенные лицензирующим органом, ему не возвращаются.

 II . Утраты копии лицензии, заверенной лицензирующим органом, лицензиату может быть выдана другая копия. Для ее получения лицензиат обязан представить в Минспорта:

* заявление на получение копии лицензии;
* документ об уплате лицензионного сбора за выдачу копии лицензии.

Копия лицензии, заверенная лицензирующим органом, выдается в течение 10 дней со дня представления указанных документов.

III. Смены собственника, изменения наименования (фирменного наименования), места нахождения юридического лица, фамилии, имени, отчества, места жительства физического лица, получившего лицензию, изменения законодательства, в соответствии с которым требуется внесение изменений и (или) дополнений в лицензию, иных сведений, указанных в лицензии, лицензиат обязан в месячный срок обратиться в лицензирующий орган для внесения соответствующих изменений и (или) дополнений в лицензию, выдачи ее копии в порядке, установленном законодательством.

Для внесения изменений и (или) дополнений в лицензию лицензиат представляет в Минспорта:

* [заявление установленного образца о внесении изменений](http://www.mst.by/Minsport5/Turizm/Lisenzirovanie/Zaiavlenie_1.doc)
* документы, подтверждающие необходимость внесения изменений и (или) дополнений;
* документ об уплате лицензионного сбора за внесение изменений и (или) дополнений, за исключением случаев внесения изменений и (или) дополнений в связи с изменением законодательства.
* При получении лицензии, оформленной на новом бланке, лицензиат обязан сдать в лицензирующий орган оригинал ранее выданной лицензии (либо ее дубликат) и копии лицензии, заверенные лицензирующим органом.

IV. Реорганизации юридического лица в форме слияния, преобразования, выделения или разделения вновь созданное юридическое лицо в месячный срок со дня своей государственной регистрации, равно государственной регистрации изменений и (или) дополнений, внесенных в учредительные документы юридического лица, обязано подать в Минспорт:

* заявление с приложением необходимых документов для выдачи новой лицензии в порядке, установленном настоящим Положением.

V. Реорганизации юридического лица в форме присоединения к нему другого юридического лица указанный срок для подачи заявления исчисляется со дня внесения в Единый государственный регистр юридических лиц и индивидуальных предпринимателей VI . Открытия подразделений (филиалов) необходимо получить копию лицензии, заверенную лицензирующим органом.

VII . Окончания срока действии лицензии лицензиат обязан не позднее чем за один месяц и не ранее чем за два месяца до истечения этого срока подать в Минспорта:

* [заявление о продлении срока действия лицензии](http://www.mst.by/Minsport5/Turizm/Lisenzirovanie/Zaiavlenie_3.doc)
* документы, необходимые для получения новой лицензии[9].

**2. Практическое задание**

**2а. Сделать анализ туристического предложения в летнем сезоне текущего года и зимнем наступающего года по материалам периодической печати («Туризм и отдых», «Отдых и путешествия», «Путешественник») и туристической выставки**

*Анализ туристического предложения в летнем сезоне текущего года*

*Таблица 1.* Анализ предложения туристических услуг по их видам в летний сезон

|  |  |
| --- | --- |
| Вид услуг | Количество фирм, предоставляющих данный вид услуг |
|  | всего | в % |
| Реализация пэкидж-туровОформление визПродажа трансп.документов:* Автобилетов
* Авиабилетов
* ж/д-билетов

Бронирование отелей | 2591417231525 | 48,626,513,55,80,94,7 |
| Всего предложений: | 533 | 100 |

Ассортимент предлагаемых туристических услуг, предлагающих тот или иной вид тура, представлены в таблице 2:

*Таблица 2.* Анализ ассортимента предлагаемых туристических услуг

|  |  |
| --- | --- |
| Наименование тура  | Количество фирм, предлагающих данный вид тура |
|  | всего | в % |
| 1 | 2 | 3 |
| 1. Экскурсионный отдых:
* Познавательные туры
 | 348164 | 32,315,1 |
| * Развлекательные туры
 | 74 | 6,9 |
| * Туры выходного дня
 | 74 | 6,9 |
| * Круизные туры
 | 34 | 3,2 |
| * Паломнические туры
 | 2 | 0,2 |
| 1. Рекреационный отдых:
* Курортные туры
* Оздоровительные туры
 | 30923970 | 28,722,26,5 |
| 3. Экзотический отдых | 126 | 11,7 |
| 4. Детский и молодежный отдых | 106 | 9,9 |
| 5. Экономные туры (ШОП) | 45 | 4,2 |
| 6. Активный отдых | 38 | 3,5 |
| 7. VIP-туры | 33 | 3,1 |
| 8. Целевые туры | 19 | 1,8 |
| 9. Образовательный туризм | 16 | 1,5 |
| 10. Экологический туризм | 16 | 1,5 |
| 11. Самодеятельный туризм | 10 | 0,9 |
| 12. Деловой туризм | 8 | 0,7 |
| 13. Аргономический туризм | 1 | 0,1 |
| 14. Гастрономический туризм | 1 | 0,1 |
| Всего предложений: | 1076 | 100 |

Из таблицы видно, что экскурсионный отдых – одна из наиболее распространенных форм туризма. На туристическом рынке он занимает 32,3% всех предложений. Это связано с тем, что данный вид отдыха не только отличается интересной и насыщенной программой, но и привлекает туристов доступными ценами.

Всего два предложения на белорусском рынке по аргономическим и гастрономическим турам объясняется, прежде всего, недавним их внедрением на рынок.

*Анализ предложения экскурсионного отдыха*

Значительное место на белорусском рынке занимают автобусные туры по Европе – от длительных путешествий с отдыхом на Испанских побережьях до кратковременных наездов в Польшу. Большую часть экскурсионных предложений занимают познавательные туры. Причем, за один такую поездку туристы могут не только посетить несколько стран, но и соединить экскурсионную программу с отдыхом. Совмещенные туры предполагают посещение от двух до восьми стран Европы, а в некоторых случаях сюда входит и отдых на море. Новинкой сезона 2005г. стал автобусный экскурсионный тур по Европе с недельным отдыхом в Каннах на Лазурном берегу Франции.

Основные направления познавательных туров представлены в таблице 3.

*Таблица 3.* Анализ предложения познавательных туров по странам

|  |  |
| --- | --- |
| Направление | Количество фирм, предлагающих данное направление |
|  | всего | в % |
| 1 | 2 | 3 |
| Польша | 88 | 17,9 |
| Чехия  | 75 | 15,4 |
| Франция | 52 | 10,6 |
| Россия | 49 | 10,1 |
| Германия | 31 | 6,3 |
| Литва | 28 | 5,7 |
| Венгрия  | 27 | 5,5 |
| Испания | 26 | 5,3 |
| Италия | 22 | 4,5 |
| Австрия | 19 | 3,9 |
| Финляндия | 10 | 2 |
| Украина | 8 | 1,6 |
| Англия | 6 | 1,2 |
| Словакия | 5 | 1 |
| Голландия | 4 | 0,8 |
| Нидерланды | 4 | 0,8 |
| Швеция | 4 | 0,8 |
| Болгария | 4 | 0,8 |
| Греция | 4 | 0,8 |
| Крым | 3 | 0,6 |
| Египет | 3 | 0,6 |
| Швейцария | 3 | 0,6 |
| Португалия | 3 | 0,6 |
| Хорватия | 2 | 0,4 |
| Бельгия | 2 | 0,4 |
| Румыния | 2 | 0,4 |
| Турция | 1 | 0,2 |
| Бенилюкс | 1 | 0,2 |
| Черногория | 1 | 0,2 |
| Норвегия | 1 | 0,2 |
| Дания | 1 | 0,2 |
| Шотландия | 1 | 0,2 |
| Бавария | 1 | 0,2 |
| Всего предложений: | 491 | 100 |

Среди наиболее популярных предложений является Польша, хотя она и огорчала выросшими ценами. Как всегда активно предлагается экскурсионная Чехия (Карловы Вары). Как ни странно, 10,6% предложений составляют в шикарный Париж, хотя и были некоторые проблемы с французским посольством. 10,1% российских поездок - экскурсии в Санкт-Петербург или новая программа «По древним городам России». Среди удачливых направлений часто туристические фирмы называли Германию (6,3%) и Литву (5,7%). Положение на венгерском направлении очень уравновешенное – количество туристов не растет, но и не уменьшается. Очень хорошо отработали туристические фирмы с Испанией и Италией, поэтому количество предложений свыше 40 (примерно поровну). Из последней группы незначительных предложений хотелось бы выделить Румынию. Пока что удельный вес предложений по данной стране составляет лишь 0,4%%, но эта цифра обязательно увеличится, так как автобусные цепочки на этом направлении прошлым летом грузились без проблем. Уже сейчас видно, что Румыния «не погаснет» и осенью – на помощь туристическим фирмам придет «Дракула», а зимой туристов будут отправлять в горы. Среди наиболее активных организаторов экскурсионного отдыха являются «Алатан Тур», «Санни», «Тэб-тур», а «Турлюкс» в 2005 году стал лучшим ТО по автобусным турам.

Наиболее популярные программы по выше перечисленным направлениям:

* Польша: экскурсии в бывшую ставку Гитлера «Волчье логово»;
* Франция: посещение в Париже могилы Наполеона, аквабульвара, Моста Желаний и, конечно же, Эйфелевой башни;
* Россия: «Белые ночи С.-П.», «Золотое кольцо России» и новая программа «По древним городам России», а также экскурсия в Центр подготовки космонавтов и Музей ВВС России;
* Германия: «Винная дорога Германии»;
* Венгрия: «Волшебство целебных вод»;
* Испания – Португалия: «Дорогой пилигримов», «Коррида» и «Рыцарский турнир»;
* Нидерланды: «Цветочный рынок и квартал красных фонарей в Амстердаме», «Музей восковых фигур»;
* Греция: «Античная Греция», «Сокровища Македонии», «Классическая Греция: от мифов к истории», «Семь городов древней Эллады»;
* Румыния: «Замки и монастыри Трансильвании», «По следам графа Дракулы» и многое другое.

Основными направлениями паломнических туров, естественно, являются Италия и Израиль. Среди всех исследуемых фирм только две туристические фирмы предлагают такую услугу («Тайм аут» и «Колор Лэнд»).

Из всего количества предложений 6,9% занимают развлекательные туры, которые в Беларуси появились совсем недавно. Но сегодня многие туристические фирмы уже активно предлагают этот вид отдыха, добавляя в список все новые и новые направления, так как инфраструктура парков развлечения развивается стремительными темпами. Основные направления развлекательных туров указаны в таблице 4.

*Таблица 4.* Анализ предложения развлекательных туров по странам

|  |  |
| --- | --- |
| Направление | Количество фирм, предлагающих данное направление |
|  | всего | в % |
| Польша | 62 | 52,6 |
| Франция | 18 | 15,3 |
| Болгария | 9 | 7,6 |
| Германия | 5 | 4,3 |
| Чехия | 4 | 3,4 |
| Кипр, Тенерифе | 4 | 3,4 |
| Румыния | 4 | 3,4 |
| Турция | 3 | 2,5 |
| Москва | 2 | 1,7 |
| Италия | 2 | 1,7 |
| Финляндия | 2 | 1,7 |
| Дания | 1 | 0,8 |
| Венгрия | 1 | 0,8 |
| Испания | 1 | 0,8 |
| Всего предложений: | 118 | 100 |

Бесспорным лидером предложений по развлекательным турам является Польша (52,6%), так как здесь находится огромное количество водных парков, а также океанариум в Старом городе, зоопарк и ботанический парк во Врацлаве, Океанографический музей и аквариум в Гдыне.

Вторым лидером является Франция (15,3%), причем здесь туристам предлагается посетить не только известный во всем мире Диснейленд в Париже, но и Парк цветов Кюкенхоф, парк тюльпанов Амстердама и Европа-парк в Страсбурге.

Среди предложений по болгарскому направлению можно встретить экскурсии в уникальный ботанический сад в Балчике, в Приморский парк, планетарий, зоопарк и аквариум в Варне, а также отдохнуть в самом престижном отеле с аквапарком на Солнечном береге. Пока что Болгария занимает лишь последнее место (7,6%) в тройке лидеров. Однако, в сентябре 2005г. в Софии итальянские архитекторы построили огромный увеселительный парк «София-ленд», рассчитанный на 500! рабочих мест. Естественно, что уже в 2004г. предложения по болгарскому направлению значительно увеличатся.

Незначительную долю (25,6%) по развлекательным турам занимают оставшиеся 10 стран. Среди их предложений особенно часто можно встретить поездки в аквапарки Чехии (3,4%), Турции (2,5%), Подмосковья (1,7%) и Финляндии (1,7%), в Диснейленды Италии (1,7%) и Испании (0,8%), а также в Леголенд в Дании (0,8%), луна-парк в Румынии (3,4%), зоопарк и парк аттракционов в Венгрии (0,8%) и многое другое. Однако хотелось бы выделить среди них наиболее привлекательные и экзотические направления – острова Кипр и Тенерифе (3,4%).

Экскурсионный туризм не всегда предполагает сухопутный транспорт. Те, кто предпочитает водный транспорт наземному или воздушному, могут совершить круизы на борту теплохода, яхты и других судов по рекам, озерам и морям. Географически и по времени такой отдых очень разнообразен: от часовых однодневных маршрутов до многодневных круизам по морям и океанам.

Анализ предложения круизных туров в летнем сезоне на белорусском туристическом рынке Минска представлен в таблице 5.

*Таблица 5.* Анализ предложения круизных туров по странам

|  |  |
| --- | --- |
| Направление | Количество фирм, предлагающих данное направление |
|  | всего | в % |
| Египет | 7 | 17,5 |
| Финляндия-Швеция | 5 | 12,5 |
| Польша | 3 | 7,5 |
| Литва | 3 | 7,5 |
| Франция | 3 | 7,5 |
| Кипр | 3 | 7,5 |
| Амстердам | 3 | 7,5 |
| Италия-Греция | 2 | 5 |
| Греция | 2 | 5 |
| Испания | 2 | 5 |
| Россия | 2 | 5 |
| Болгария | 2 | 5 |
| Хорватия | 1 | 2,5 |
| Черногория | 1 | 2,5 |
| Израиль | 1 | 2,5 |
| Всего предложений: | 40 | 100 |

Самыми популярными водными турами являются круизная программа «Долина царей» по Нилу в Египте (17,5%) и комбинированный тур Хельсинки-Стокгольм из Финляндии в Швецию (12,5%).

Морскую прогулку на теплоходе «Асседо» по системам Мазурских озер в Польше (7,5%), круиз на катере по каналам Амстердама (7,5%), экскурсию на корабликах по Сене в Париже (7,5%) или по Волге в России (5%), а также морские программы в Израиль (2,5%), Черногорию (2,5%), Хорватию (2,5%), Прибалтику (7,5%) и Испанию (5%) – лишь некоторые предложения, которые можно встретить на туристическом рынке Беларуси.

Новинкой сезона 2005г. стали: пятидневный круиз по Адриатическому морю из Италии в Грецию с посещением греческих островов и новый круиз Минск-Одесса-Варна, который помогает туристам избавиться от Румынской визы.

Отправиться в круиз по Средиземному морю и вокруг Европы предлагают российские туроператоры из Сочинского курорта. Прежде в подобные морские путешествия отправлялись лишь из портов Украины и Латвии. Маршрут теплохода предусматривает посещение портовых городов Турции, Греции, Италии, Франции, Мальты и Болгарии («Музенидис турс», «Мерлинтур» и «Белфреш»).

*Анализ предложения рекреационного отдыха*

Курортный отдых также является самым распространенным (28,7%) видом туризма.

Анализ предложения летних туров летних туров указан в таблице 6.

*Таблица 6.* Анализ предложения летнего отдыха по странам

|  |  |
| --- | --- |
| Направление | Количество фирм, предлагающих данное направление |
|  | всего | в % |
| 1 | 2 | 3 |
| Украина | 186 | 14,2 |
| Турция | 168 | 12,9 |
| Болгария | 153 | 11,7 |
| Испания | 121 | 9,3 |
| Прибалтика | 92 | 7 |
| Чехия | 88 | 6,7 |
| Польша | 79 | 6 |
| Греция | 63 | 4,8 |
| Франция | 49 | 3,8 |
| Хорватия | 44 | 3,4 |
| Италия | 39 | 3 |
| Венгрия | 35 | 2,7 |
| Румыния | 33 | 2,5 |
| Россия | 30 | 2,3 |
| Черногория | 18 | 1,4 |
| Словакия | 17 | 1,3 |
| Португалия | 16 | 1,2 |
| Австрия | 15 | 1,1 |
| Финляндия | 14 | 1,1 |
| Германия | 11 | 0,8 |
| Швеция | 9 | 0,7 |
| Швейцария | 8 | 0,6 |
| Кавказ | 5 | 0,4 |
| Англия | 5 | 0,4 |
| Израиль | 3 | 0,2 |
| Чили | 2 | 0,2 |
| Армения | 1 | 0,1 |
| США | 1 | 0,1 |
| Нидерланды | 1 | 0,1 |
| Всего предложений: | 1306 | 100 |

Из таблицы видно, что основными странами поставщиками рекреационного отдыха являются Европейские страны. Наибольшую долю рынка Беларуси (14,2%) составляют Крымские предложения. Руководители минских туристических фирм объясняют это эйфорией от прошлогоднего сезона. Крымских «цепочек» в этом сезоне заявлено как никогда много – некоторые фирмы говорят о двух, трех и более постоянных маршрутах.

Следующими лидерами, на которые туристические фирмы возлагают в этом году большие надежды, являются Турция (12,9%) и Болгария (11,7%). Турция - это единственное направление, которое все опрошенные туристические фирмы безоговорочно признали успешным, объясняя это появлением альтернативных турецких чартеров, которые значительно снизили цены на «кресло». Все заказчики успешно говорят об успешной (на 95%) загрузке своих рейсов, несмотря на большой отток туристов в Москву («Сакуб», «Трайпл», «Дриант»).

Болгария, в свою очередь, предлагает уже более качественный отдых, вполне сопоставимый с турецким, но цены пока что ниже. Даже введение визового режима совсем не помешало успешной реализации этого направления. Напротив, многие туристические фирмы весьма довольны прошедшим сезоном, причем, что в связи со сменой руководства посольства была четко налажена выдача виз.

С Испанией сегодня работает 9,3% фирм, из которых наиболее крупные игроки – «Сакуб», «Аэробелсервис» и российские туроператоры «Натали турс» и «АБС».

Далее (в порядке уменьшения) следуют Прибалтика (7%), Чехия (6,7%), Польша (6%) и Греция (4,8%). Причем, Эстония пользуется меньшей популярностью, так как не пользуется большим спросом. А в июне даже была закрыта ж/д-линия Минск-Таллин, т.к. расходы на этот маршрут в несколько раз превышали доходы.

Греция обрадовала туристические фирмы в прошлом сезоне, и сегодня это направление предлагают 4,8% фирм. К тому же сама страна в преддверии Олимпийских игр зримо расцветает, благодаря активным инвестиционным вложениям.

В связи с увеличением цен в гостиницах и жестких условиях графиках вылета, в сложном положении оказались в прошедшем сезоне оказались туристические фирмы, предлагающие Хорватию («Трайпл», «Санни»). Но, не смотря на это, в 2004г. фирмы не собираются отказываться от этого направления. Что касается автотуров в Хорватию, то они продолжают существовать. Отсутствие приемлемой для белорусов цен – вот главный недостаток Хорватии.

Возможно, этот недостаток позволил раскрутиться Черногории. Для многих эти две страны кажутся одинаковыми, только Черногория - дешевле. Заказчиком здесь выступила ТК «Эубис», а сейчас с этим направлением собирается работать и «Внешинтурист» – создать свой собственный продукт, воспользоваться межсезоньем или комбинировать чартер Черногория – Хорватия. Перспективным считают это направление также «Алатан Тур» и остальные члены Союза.

Незначительное количество последней группы предложений объясняется, прежде всего, недавними военными действиями на Кавказе, в Израиле и террористическими актами в США.

Немалую роль в распределении предложений рекреационного отдыха сыграли лечебно-оздоровительные туры (см. таблицу 10.).

*Таблица 10.* Анализ предложения санаторно-оздоровительного отдыха по странам

|  |  |
| --- | --- |
| Направление | Количество фирм, предлагающих данное направление |
|  | всего | в % |
| Украина | 40 | 30 |
| Чехия | 23 | 17,2 |
| Литва | 20 | 15 |
| Румыния | 6 | 4,4 |
| Польша | 5 | 3,8 |
| Венгрия | 5 | 3,8 |
| Швейцария | 5 | 3,8 |
| Латвия | 5 | 3,8 |
| Россия | 4 | 3 |
| Болгария | 4 | 3 |
| Словакия | 4 | 3 |
| Австрия | 3 | 2,3 |
| Кавказ | 2 | 1,5 |
| Черногория | 2 | 1,5 |
| Франция | 2 | 1,5 |
| Турция  | 1 | 0,8 |
| Израиль | 1 | 0,8 |
| Египет | 1 | 0,8 |
| Всего предложений: | 133 | 100 |

Например, самым популярным направлением в этой области является все та же Украина со своими оздоровительными курортами: Ялта, Алушта, Трускавец и Одесская область. В Ялте находится 170 санаторно-курортных учреждений. Климат здесь почти не отличается от известных средиземноморских курортов Франции, Италии и Испании. Для детей предлагаются детские оздоровительные лагеря в Одесской области. Известные во всем мире санатории «Куяльник» и «Одесса» предлагаются военно-медицинским управлением службы безопасности Украины с газо- и грязелечением на рапе (аналогов в мире нет).

Румыния славится бальнелогическим лечением на курортах Эфорие Норд и Эфорие Суд, озоновым воздухом на курорте Нептун-Олимп в центре хвойного леса и сапропелевыми грязями соленого озера Текиргиол. Именно поэтому она занимает 2,5% всех предложений.

Хотя Словакия, в основном, предлагается как горнолыжный курорт, однако среди летних туров она занимает не последнее место. Это связано с тем, что 2005г. стал открытием сезона Бардеевских Купелей в северо-восточной части Словакии. Высокие Татры – активное санаторное лечение, а Низкие Татры – термальные источники, бассейны с минеральной водой.

Белорусским туристам также известны чешские Карловы Вары, венгерский Хевиз, турецкий Мармарис, болгарские Албена и Велинград, египетская Сафага, а также Россия (Сочи), Черногория, Польша, Прибалтика, Израиль, Швейцария, Австрия и «черноморская коса» Кавказа. А на экзотическом острове Бали проводятся лечебные массажи и талассотерапии («Топ-тур).

*Анализ предложения детского отдыха*

Детским отдыхом занимаются 9,9% всех исследуемых фирм. Детям они предоставляют отдых в лагерях по всему миру, школьникам - организуют экскурсионные программы в С.-П., а молодежь направляют в международные молодежные центры и клубы Болгарии, Чехии, Словакии и Германии. Очень часто детский отдых совмещается с лечением в пансионатах-здравницах Крыма и Чехии. В последнее время модным предложением является изучение иностранных языков во время отдыха в Тунисе, США, Франции, Германии и на Мальте. Анализ предложения детского отдыха по странам указан в таблице 11.

*Таблица 11.* Анализ предложения детского отдыха по странам

|  |  |
| --- | --- |
| Направление | Количество фирм, предлагающих данное направление |
|  | всего | в % |
| 1 | 2 | 3 |
| Крым и Одесская область | 59 | 27,8 |
| Болгария | 53 | 25 |
| Чехия | 33 | 15,5 |
| Словакия | 18 | 8,5 |
| Турция | 7 | 3,3 |
| Венгрия | 6 | 2,8 |
| Германия | 5 | 2,4 |
| Румыния | 5 | 2,4 |
| Италия | 4 | 1,9 |
| Греция | 3 | 1,4 |
| Тунис | 3 | 1,4 |
| Польша | 3 | 1,4 |
| Испания | 2 | 0,9 |
| Франция | 2 | 0,9 |
| С.-П. | 2 | 0,9 |
| Кипр | 1 | 0,5 |
| Черногория | 1 | 0,5 |
| Великобритания | 1 | 0,5 |
| США | 1 | 0,5 |
| Мальта | 1 | 0,5 |
| Кавказ | 1 | 0,5 |
| Швеция | 1 | 0,5 |
| Всего предложений: | 212 | 100 |

Наиболее популярными странами для детского отдыха являются Украина (27,8%), Болгария (25%), Чехия (15,5%) и Словакия (8,5%), т.к. здесь находится самое большое количество детских оздоровительных лагерей и международных молодежных центров. Тунис, Франция, Кипр, США, и Мальта считаются довольно дорогими курортами, поэтому предложение их совсем незначительно (3,8%).

*Анализ предложения активного отдыха*

Дайвинг – это погружение под воду с аквалангом на 20 метров, где туристу предоставляется возможность не только ознакомиться с морским миром, но и поохотиться на осьминога (дайвинг-сафари) или отправиться на экскурсию к останкам военных кораблей, затонувших во время 1-ой Мировой войны. Инфраструктура дайвинга широко развита в Египте и на Кипре, где находятся специальные центры и школы по дайвингу, предлагающие обучение подводному плаванию по международным системам CMAS и PADI с последующей выдачей удостоверения аквалангиста. В силу этого Египет и Кипр занимают первые места среди принимающих направлению по данному виду отдыха.

Яхт-сафари предполагает арендовать яхту с командой или без и отправиться в многодневный круиз к островам Турции, Греции или Хорватии. Яхтинг считается весьма дорогим видом отдыха, между тем в «Санни» говорят о прорыве в этой области. Первые яхтсмены, отплавав у Хорватских берегов, остались очень довольны.

Каноэ – сплав по рекам Чуя и Катунь в Алтае, водопады Игуасу в Бразилии (Амазонка), а также экстремальный сплав на плотах по горной реке Дунаец.

Самую интересную программу джип-сафари предоставляет туристические фирмы «Санни», предлагающая путешествие по горным дорогам с посещением Парка Верблюдов, Страусиной Фермы или интересной коллекцией змей и рептилий.

Оставшиеся туры предлагаются в малых количествах, что, скорее всего, объясняется невысоким спросом на такой «опасный» отдых. Они рассчитаны на экстремалов, желающих покорять различные стихии.

*Анализ предложения целевого отдыха*

Анализ предложения целевых туров представлен в таблице 12.

*Таблица 12.* Анализ предложения целевого отдыха

|  |  |
| --- | --- |
| Вид тура | Фирмы, предлагающие данный вид тура |
| 1 | 2 |
| 1. Винные и пивные праздники в Чехии, Франции, Германии, Болгарии | «Тайм аут», «Арготур», «Дортур», «Solid» |
| 2. Танец живота в Египте | «Олиана» |
| 3. Туры для молодоженов | «Тайм аут», «Нева», «У Жени» |
| 4. Фестиваль Евровидения | «Белинтурист» |
| 5. Выставки в Ганновере | «Артинтур», Беларустурист», «Solemare» |
| 6. Белые ночи в С.-П. | «Мерлинтур», «Белтранслайнер» |
| 7. День рождения и специальные туры для юбиляров | «У Жени», «Нева» |
| 8. Выпускникам: праздничные туры на природе | «Интурбюро» |
| 9. Вечеринки Коста Брава в Испании | «Трэйдтур» |
| 10. Кинокарнавал в Ялте | «Белинфотур» |
| 11. Фольклорный фестиваль в Болгарии | «Дортур» |
| 12. Праздник города в С.-П. | «Белтранслайнер» |
| 13. Концерты музыкальных групп:«The cranberries» в Праге«Pink floid» в С.-П.«Chris de Burgh» в Таллине | «Артинтур»,«Белтранслайнер»,«Vares reisid» |
| 14. Торговый фестиваль в ОАЭ | «Смолянка» |
| 15. Бал вампиров – IХ Международный фестиваль духов и привидений в Словакии | «Смолянка» |
| 16. Карнавалы в Швейцарии | «Артинтур» |

*Анализ предложения экономных туров*

Покупателями экономных туров являются так называемые «челноки», которые совершают поездки на вещевые рынки Польши, России, Литвы, Одессы, Турции, Чехии и Франции (ШОП-туры), на шубные рынки Греции и Египта (ШУБ-туры) и автомобильные рынки Голландии. Очень странно, что за покупкой автомобилей туристические фирмы не приглашают в Германию. Анализ предложения ШОП-туров представлен в таблице 13.

*Таблица 13.*  Анализ предложения экономных туров по странам

|  |  |
| --- | --- |
| Направление | Количество фирм, предлагающих данное направление |
|  | всего | в % |
| Польша | 30 | 40 |
| Россия | 18 | 24 |
| Литва | 8 | 10,7 |
| Греция | 8 | 10,7 |
| Украина | 4 | 5,3 |
| Голландия | 3 | 4 |
| Турция | 2 | 2,7 |
| Чехия  | 1 | 1,3 |
| Франция | 1 | 1,3 |
| Всего предложений: | 75 | 100 |

 *Анализ прочих туристических услуг*

Под образовательным туризмом понимают поездки с целью получения или улучшения уровня знаний. Наиболее часто можно встретить такого рода предложения: изучение иностранного языка на его родине, обучение в школах и ВУЗах Великобритании, Ирландии, Мальты, Германии, Франции, Испании, Чехии, Кипра США, Англии; интенсивные языковые курсы, совмещенные с отдыхом и экскурсиями.

Экологический туризм – путешествия, совершаемые с целью экологического воспитания туристов. Основными его направлениями являются:

* организация туристических походов в нетронутые уголки природы с проживанием в палатках;
* туры по озерным и речным водным экосистемам на гребных и парусных лодках;
* выход в открытое море с рыбалкой;
* прогулка на конях.

Экологический туризм возможен только в экологически чистых районах. В международной практике существует такое понятие, как «голубой флаг». Его присваивают экологически чистым районам. Естественно, что туристы предпочитают отдыхать именно в этих местах, где ничто не угрожает их здоровью. Одним из таких районов является Финляндия. А ТО «Бел-ориентир», к примеру, предлагает отдых на экологически чистом курорте Болгарии Солнечный берег, который завоевал престижную награду «голубой флаг» за чистоту и охрану окружающей среды. Рыбалку обычно предлагают на излучине Дуная в Венгрии, на дельте Волги, в Паланге, Словакии и Скандинавии.

ООН объявила 2005 год международным годом экотуризма. Как полагают специалисты ООН, экотуризм может служить эффективным инструментом охраны природных и культурных ценностей, а также содействовать экологическому просвещению и ответственному отношению к окружающей среде.

Самодеятельный туризм означает, что турист организует и осуществляет тур самостоятельно. Подобные туры ранее назывались этническими и включали посещение родственников, места рождения родителей. Но в связи со сменой поколений связь с родственниками утраивается, и в большей степени мотивом поездок становится знакомство с родиной предков. Повышается спрос на размещение в гостиницах, а не у родственников, меняются требования к программам пребывания.

В основе делового туризма лежат поездки, связанные с выполнением профессиональных обязанностей. В связи с всеобщей интернационализацией бизнеса этот вид туризма из года в год приобретает все большее значение. Деловые поездки крайне важны с экономической точки зрения, так как они не зависят от сезонных факторов, а даже наоборот, несколько сокращаются в разгар сезона. На туристической рынке Минска такие поездки предлагают, в основном, только самые крупные фирмы. Из них хотелось бы выделить ТА «Мерлин тур», которая с сентября 2001 представляет в Беларуси одну из крупнейших мировых сетей турагентств Carlson Wagonlit Travel (CWT). CWT является мировым лидером в сфере деловых поездок и управления расходами на путешествия, обслуживания более 50 000 крупных корпоративных клиентов по всему миру. Это продажа авиабилетов и железнодорожных билетов, бронирование ночей в отелях, прокат автомобилей. Став членом этой сети, турагентство получает партнеров по всему миру и может заботиться о своих клиентах в самых разных странах. Партнерство с CWT открыло ряд новых возможностей для клиентов «Мерлинтура». Среди них, в первую очередь, возможность получать высококачественное обслуживание по всему миру и доступ к специальным ценам и скидкам на авиабилеты, отели, аренду авто и другие услуги.

Нестандартный вид отдыха – арготуризм – спокойное, расслабляющее пребывание в деревушках, дышащих покоем и стариной, но с наличием самых современных удобств, деревенской едой и домашним вином. Чем не идиллия для современного человека, измученного жизнью в мегаполисе и общением с компьютером? Сельский отдых пользуется большой популярностью у западноевропейских туристов, а скоро дойдет очередь и до нас. Уже сегодня одна из белорусских туристических компаний предлагает арготуры в Румынии.

Гастрономический туризм – вид отдыха, который не имеет у нас массовой популярности, но определенно заслуживает внимания. Он предполагает дегустацию настоящей национальной кухни на ее родине. Посетить виноградники Бордо и Коньяк, узнать секреты национальных блюд и приготовить их своими руками, пообедать в замке легендарной семьи Camus (владельцы семейного производства коньяка), побывать на празднике молодого вина божаи во Франции, посетить пивной фестиваль Октоберфест в Германии и винный праздник «Поморийское Злато» в Болгарии.

Но есть и другая разновидность гастротуризма – поездки в зарубежные кулинарные школы на различные курсы. Самые престижные из них находятся во Франции и Италии.

Директор крупной туристической компании World Wide Travelling, работающий на российском рынке около 8 лет, итальянец Винченцо Риччи навестил Минск в период работы выставки «Лето-2005» и был искренне удивлен наличию белорусских оферт только одного кулинарного тура, представленной от ТФ «Тайм-аут». Дело в том, что в Италии таких предложений очень много. Во всех итальянских провинциях кулинары объединяются в ассоциации. ТФ «Санни» предлагает подобную услугу, организовывая на Кипре тематические гастрономические вечера с разнообразными национальными блюдами разных стран, однако это совсем не то, что попробовать национальную кухню на ее родине.

*Анализ туристического предложения в зимнем сезоне*

## Таблица 14. Анализ территориальных направлений в зимний сезон

|  |  |
| --- | --- |
| Направление | Сезонность |
| Чехия | Экскурсии – зима |
| Прибалтика | Экскурсии – зима |
| Тайланд | Осенне-зимний сезон |
| Франция | Экскурсионные туры – зима |
| Италия | Классическая Италия – зима |
| Финляндия | зима |
| Финляндия-Швеция-Норвегия | зима |
| Польша | зима |

Распределение заказов по странам ежемесячно за зиму 2005 - 2005г. (на примере ТФ "Ростинг") представлено в таблице 15.

Самыми распространенным видом зимнего туризма являются горные лыжи (31,1%). Все больше граждан Беларуси проводят свой отдых на горнолыжных курортах по всей Европе. Причем, интерес этот за последнее время ощутимо вырос: весной при опросе его назвало весьма незначительное количество опрошенных (менее 2%), а сейчас он на втором месте по желаниям зимних туров.

Страны, принимающие горнолыжников на своих курортах, указаны в таблице 15.

*Таблица 15.* Анализ предложения горнолыжного отдыха по странам

|  |  |
| --- | --- |
| Направление | Количество фирм, предлагающих данное направление |
|  | всего | в % |
| 1 | 2 | 3 |
| Словакия (Татры) | 16 | 20,8 |
| Чехия (Закопане) | 15 | 19,5 |
| Польша | 10 | 13 |
| Италия (Андорра) | 9 | 11,7 |
| Австрия | 8 | 10,3 |
| Франция | 5 | 6,5 |
| Румыния | 4 | 5,2 |
| Швейцария | 4 | 5,2 |
| Финляндия | 2 | 2,6 |
| Германия | 1 | 1,3 |
| Турция (Улудаг) | 1 | 1,3 |
| Египет | 1 | 1,3 |
| Тайланд | 1 | 1,3 |
| Всего предложений: | 77 | 100 |

Самыми популярными предложениями зимнего горнолыжного отдыха являются традиционные демократические и недорогие Словакия (20,8%) и Чехия (19,5%). Например, Рокитнице – над-Изероу – самый интересный для горнолыжников курорт Чехии, образованный горами Студенов и Котел. Горнолыжный ареал Лыса гора наиболее разнообразен с точки зрения катания (по сравнению с остальными курортами Крконом) и обладает идеальными склонами и условиями для начинающих спортсменов. Курортный городок Гарахов (на границе с Польшей) известен своими прыжковыми трамплинами, один из которых входит в шестерку крупнейших трамплинов в мире. Горнолыжный ареал Чертова гора удовлетворяет лыжников всех уровней подготовки (на склонах установлены снежные пушки). Шпиндлерув Млын – наиболее известный горнолыжный курорт в Чехии, который состоит из двух ареалов – Святой Петр и Медведин. На спортивных трассах реала Святой Петр находятся снежные пушки и подготавливаются желоба для сноубордистов.

Приобретают популярность и горнолыжные курорты Польши (13%). Предлагаются горнолыжные туры и в Италию (Андорра). Все больше туроператоров подключаются к австрийской программе, теперь их уже восемь. Набирает обороты и Франция (6,5%), а для «гурманов» предлагается респектабельная Швейцария (5,2%). Для более опытных лыжников туристические фирмы рекомендуют альпийские варианты на Шведском курорте (Финляндия).

С недавнего времени среди предложений белорусских туристических фирм все больше стали появляться экстремальные туры, такие как сноуборд, слалом, бобслей, параглайдинг и др. Анализ предложения такого необычного отдыха показан в таблице 16.

*Таблица 16.* Анализ предложения активного зимнего отдыха по странам

|  |  |
| --- | --- |
| Направление | Количество фирм, предлагающих данное направление |
|  | Всего | в % |
| 1 | 2 | 3 |
| Египет | 10 | 21,3 |
| Кипр | 9 | 19,1 |
| Крым | 8 | 17 |
| Чехия | 3 | 6,4 |
| Греческие острова | 3 | 6,4 |
| Хорватские острова | 3 | 6,4 |
| Словакия | 3 | 6,4 |
| Румыния | 2 | 4,3 |
| Польша | 2 | 4,3 |
| Финляндия | 1 | 2,1 |
| Алтай | 1 | 2,1 |
| Непал | 1 | 2,1 |
| Бразилия | 1 | 2,1 |
| Всего предложений: | 47 | 100 |

Особое внимание хотелось уделить праздничным турам. Новогодние туры в Чехию предлагают так много фирм, что перечислить их очень сложно (варьируются лишь отели, проезд и экскурсии). Из более-менее необычных вариантов можно отметить встречу Нового года в Брно от «Белинтуриста» или на горнолыжном курорте в Крконошах от «ВЛП».

Еще больше предложений по Польше: Варшава, Краков, Закопане, Белосток, Миколайки. Здесь тоже различаются лишь нюансы: будь то встреча Нового года в развлекательном центре Варшавы или в мотеле в лесу. Отдельно можно отметить необычный вариант от «Белорусского спутника» - «Мокрый Новый год в самом огромном водном парке Европы» в Кракове.

Словакию предлагают «СМОК», «Ювента МиС», «Арготур» и другие. Среди венгерских предложений («Топ-тур», «Артинтур», «Экология тур», «Санни») можно отметить эксклюзивный вариант от компании «Элдиви»: Новый год в Будапеште на корабле-отеле «Liza». Эта же кампания предлагает нашим туристам Латвию, предлагая встретить новогодние праздники в Юрмале или Риге. И, конечно же, немало предложений по Литве.

Как ни удивительно, но достаточно многие туристические фирмы обращают внимание туристов на Финляндию («Ювента МиС», «ВЛП», «Дриант», «СМОК», «Алатан Тур», «Артинтур»). Причем, разнообразие вариантов очень велико, как по доставке (авто, ж/д, авиа), так и по проживанию (от Лапландии до Хельсинки) от отелей до теплоходов и паромов.

И, конечно же, новогодний Париж. В большинстве вариантов туристы курсируют по маршруту Варшава-Париж-Амстердам-Берлин. Но бывают и ответвления. Скажем, «Санни» приглашает завернуть в Брюссель и Дрезден, «Топ-тур» - в Люксембург и Трир или же в Берлин и Страсбург. А «СМОК», кроме автобусной поездки, предлагает обеспеченным туристам и авиатур.

Кратко пройдемся по экзотическим направлениям. Те, кому хочется на Новый год очутиться в лете, могут отправиться в Египет, Тайланд, ОАЭ, о.Бали, Мальдивы, Канары, ЮАР, Гавайи, Рио-де-Жанейро. Но это уже для тех, кому неведомы финансовые ограничения. Пальма первенства в открытии новых-старых экзотических направлений, принадлежит туристической фирме «Грандсервистур», предлагающей пусть не на Новый год, но на православное Рождество съездить в Грузию.

*Таблица 17.* Распределение заказов по странам ежемесячно за зиму 2005 - 2005 год, ТФ "Ростинг"

|  |
| --- |
| Страна |
| январь | февраль | декабрь |
| Чехия груп. | 4 | 3 | 10 |
| Чехия инд. | 5 | 1 | 8 |
| Словкия (горн.лыжи) | 1 | - | 1 |
| Венгрия груп. | 4 | 3 | 7 |
| Венгрия инд. | 1 | - | 7 |
| Италия | - | 1 | 4 |
| Финляндия, Швеция | 1 | 2 | 6 |
| Голландия, Бенилюкс | 1 | 3 | 2 |
| Франция | - | 7 | 3 |
| Австрия | 2 | 2 | 2 |
| Австрия (горн.лыжи) | - | - | 2 |
| Швейцария | 2 | - | 1 |
| Англия | 2 | 3 | 2 |
| Германия | - | - | 1 |
| Израиль | - | 1 | 2 |
| ОАЭ | 1 | 4 | 2 |
| Египет | 1 | - | 3 |
| Тайланд | 2 | 4 | 4 |
| Экзотические острова | - | 1 | 2 |

Несмотря на некоторые положительные сдвиги, белорусский туризм продолжает сохранять ярко выраженную сезонность – при равном числе опрошенных летом отдыхали 60% респондентов, а зимой – всего 20%, т.е. в Беларуси очень мало граждан, которые могут себе позволить зимний отдых.

Хотя многие белорусы не могут позволить себе отдых два раза в год, многие туристические фирмы выставляют на продажу горнолыжные зимние туры. Уже в декабре 2005г. их предложение составляло 3,5 %.

**2б. Дать сравнительную характеристику предложения в летнем и зимнем сезоне**

*Таблица 18.* Сравнительная характеристика туристических предложений в летнем и зимнем сезоне

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
|  СезоныКритерии | Летний сезон | Зимний сезон |
| 1. Страновое направление  | Чехия груп.Чехия инд.Чехия рекр.Словкия (горн.лыжи)Венгрия груп.Венгрия инд.ИталияФинляндия, ШвецияГолландия, БенилюксМальтаИрландияПортугалияФранцияАвстрияАнглияГреция (о-ва)ГерманияИспания (Тенерифе, Андорра)КипрТурцияОАЭЕгипетТунисТайландХорватияЯпония | Чехия груп.Чехия инд.Словкия (горн.лыжи)Венгрия груп.Венгрия инд.ИталияФинляндия, ШвецияГолландия, БенилюксФранцияАвстрияАвстрия (горн.лыжи)ШвейцарияАнглияГерманияИзраильОАЭЕгипетТайландЭкзотические острова |
| 2. Цель путешествия | 1. Экскурсионный отдых:
* Познавательные туры
* Развлекательные туры
* Туры выходного дня
* Круизные туры
* Паломнические туры
1. Рекреационный отдых:
* Курортные туры
* Оздоровительные туры

3. Экзотический отдых4. Детский и молодежный отдых5. Экономные туры (ШОП)6. Активный отдых7. VIP-туры8. Целевые туры9. Образовательный туризм10. Экологический туризм11. Самодеятельный туризм12. Деловой туризм13. Аргономический туризм14. Гастрономический туризм | 1. Экскурсионный отдых2 . Горнолыжный спорт (активный туризм)3. Экстремальные туры(сноуборд, слалом, бобслей, параглайдинг)4. Праздничные туры (Новый год, Рождество)  |
| 3. Возраст туристов | 7- 75 | 7 - 75 |
| 4. Транспортное обеспечение |  - авиация - ж/д транспорт - автобусные туры - водный транспорт |  - авиация - ж/д транспорт - автобусные туры |

***Вывод:*** на основании итоговой таблицы видно, что возраст туристов в зимний летний период одинаков. Средства транспортного передвижения и зимой и летом практически одинаковы, за исключением, к примеру, круизов в зимний период, т.е. вряд ли потребитель захочет поехать зимой в путешествие по морю.

Что касается экскурсионных направлений, то в общем, чтобы стало понятно в чем совпадают и отличаются направления отдыха по месяцам, приведу таблицу 19.

 *Таблица 19*. Распределение заказов по странам ежемесячно за 2002 год ТФ "Ростинг"

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| Страна | Месяц, количество человек | Итого |
| **1** | **2** | **3** | **4** | **5** | **6** | **7** | **8** | **9** | **10** | **11** | **12** |
| Чехия груп. | 4 | 3 | 16 | 32 | 5 | 13 | 21 | 24 | 12 | 19 | 12 | 10 | 171 |
| Чехия инд. | 5 | 1 | 8 | 6 | - | 7 | 6 | 6 | 1 | 4 | 4 | 8 | 56 |
| Чехия рекр. | - | 1 | 1 | 2 | 2 | 5 | 6 | 2 | 1 | 2 | - | - | 22 |
| Словкия (горн.лыжи) | 1 | - | - | 1 | - | 1 | 5 | 1 | 1 | 3 | 7 | 1 | 21 |
| Венгрия груп. | 4 | 3 | 9 | 4 | 1 | 3 | 11 | 6 | 0 | 1 | 13 | 7 | 62 |
| Венгрия инд. | 1 | - | 2 | 6 | 5 | 8 | 6 | 6 | 3 | 9 | 2 | 7 | 55 |
| Италия | - | 1 | 3 | 4 | 4 | 5 | 7 | 2 | 2 | 3 | 2 | 4 | 37 |
| Финляндия, Швеция | 1 | 2 | - | 1 | - | 6 | 4 | 2 | 3 | 5 | 12 | 6 | 42 |
| Голландия, Бенилюкс | 1 | 3 | 2 | 8 | 1 | 1 | 3 | 4 | 1 | 3 | 4 | 2 | 33 |
| Мальта | - | - | 1 | - | - | 1 | 2 | - | 1 | - | - | - | 5 |
| Ирландия | - | - | - | - | - | 1 | 1 | - | - | - | - | - | 2 |
| Португалия | - | - | - | - | - | - | 1 | 1 | 1 | - | - | - | 3 |
| Франция | - | 7 | 6 | 7 | 5 | 7 | 8 | 7 | 8 | 8 | 4 | 3 | 70 |
| Австрия | 2 | 2 | 3 | 4 | 1 | 3 | 5 | 3 | 7 | 3 | 2 | 2 | 37 |
| Австрия (горн.лыжи) | - | - | - | - | - | - | - | - | - | 1 | 5 | 2 | 8 |
| Швейцария | 2 | - | - | 4 | - | - | - | - | 1 | - | 2 | 1 | 10 |
| Англия | 2 | 3 | 7 | 2 | - | 4 | 3 | 2 | 4 | 1 | 4 | 2 | 34 |
| Греция (о-ва) | - | - | - | 2 | - | - | 3 | 5 | - | - | - | - | 10 |
| Германия | - | - | 3 | 3 | - | 1 | 4 | - | - | 2 | 3 | 1 | 17 |
| Испания (Тенерифе, Андорра) | - | - | 1 | 3 | 7 | 8 | 9 | 9 | 5 | 2 | 1 | - | 45 |
| Кипр | - | - | - | 3 | - | - | 1 | 2 | - | 3 | - | - | 9 |
| Турция | - | - | - | 14 | 13 | 32 | 33 | 36 | 20 | 6 | - | - | 154 |
| Израиль | - | 1 | - | 1 | - | - | - | - | 1 | - | 2 | 2 | 7 |
| ОАЭ | 1 | 4 | 5 | 2 | 1 | - | 1 | 0 | 0 | 2 | 3 | 2 | 21 |
| Египет | 1 | - | 4 | 3 | - | - | 1 | 3 | 9 | 14 | 3 | 3 | 41 |
| Тунис | - | - | - | 4 | - | 1 | - | - | - | - | - | - | 5 |
| Тайланд | 2 | 4 | 2 | - | - | - | 1 | 1 | 1 | 2 | 3 | 4 | 20 |
| Экзотические острова | - | 1 | - | 1 | - | - | - | - | - | - | - | 2 | 4 |
| Хорватия | - | - | - | - | - | - | - | 2 | - | - | - | - | 2 |
| Япония | - | - | - | - | - | - | - | - | - | 1 | - | - | 1 |
| ИТОГО: | 28 | 36 | 73 | 118 | 45 | 107 | 142 | 124 | 82 | 94 | 88 | 69 | 1006 |

Отсюда видно, что наибольшим успехом в летнее время пользуются Чехия, Венгрия, Польша, Турция, Австрия, Португалия, Италия и Финляндия. Что касается зимнего отдыха, то наиболее удельный вес занимают Чехия, Венгрия, Швейцария, Голландия Австрия, Словакия, Польша, Италия. По данным таблицы видно, что многие курорты пользуются успехом одинаково как в летнее время, так и в зимнее. И наоборот, есть курорты, которые работают только в один сезон, например, Болгария (только лето), либо Швейцария (в основном зимний период).

Приобретают популярность и горнолыжные курорты Польши. Предлагаются горнолыжные туры и в Италию (Андорра). Все больше туроператоров подключаются к австрийской программе, теперь их уже восемь. Набирает обороты и Франция, а для «гурманов» предлагается респектабельная Швейцария. Для более опытных лыжников туристические фирмы рекомендуют альпийские варианты на Шведском курорте (Финляндия). Опять же видно (см. анализ летнего отдыха), что данные страны предлагают также и отдых в летнем сезоне.

Список использованных источников:

1. Акулич И.Л., Маркетинг. Вышэйшая школа. - М., 2000. – 126 с.
2. Беляевский И.К. Маркетинговые исследования. М., 2001. – 254 с.
3. Дурович А.П. Маркетинг в туризме. Мн., 1999. – 94 с.
4. Голубков Е.П. Маркетинговые исследования: теория, практика и методология. Издание 2-ое. - М.: Финпресс, 2000. – 128 с.
5. Черчилль Г.А. Маркетинговые исследования. СПб., Питер, 2000. – 236 с.
6. Папирян Г.А. Экономика туризма. – М.: Финансы и статистика,1998. – 42 с.
7. Пузакова Е.П., Честникова В.А. Международный туристический бизнес. – М.: Экспертное бюро, 1997. – 214 с.
8. Сапрунова В.Б. Туризм: эволюция, структура, маркетинг. – М.:Ось-89, 1997. – 63 c.
9. Закон РБ "О туризме" от 11.11.1999.
10. Газета "Туризм и Отдых" (по месяцам) за 01.2005-01.2005. – 24 с.
11. Газета "Путешественник" (по месяцам) за 04.2005-09.2005. – 13 с.