

подготовка соответствующих специалистов по «зеленым маршрутам» в Польше, издан буклет «Зелеными тропами Беларуси», разработаны первые «зеленые маршруты» «Голубое ожерелье Россон» (Россонский район), «Игуменские конные тропы» (Червенский район), «Неманский водный путь».

«Зеленые маршруты» стали важнейшим компонентом стратегии устойчивого развития и самоуправления территории, на которых реализовался проект. Десятки тренингов, семинаров, информационных встреч вызвали неподдельный интерес к «зеленым маршрутам» у представителей местных сообществ, органов управления и самоуправления. Были сформированы партнерские инициативные группы, которые приступили к созданию и развитию подобных маршрутов на своих территориях. В рамках проекта на основе разработанной системы оценочных критериев было выведено восемь регионов (Воложинский, Ивановский, Вилейский, Рогачевский, Россонский, Лепельский районы и Белоозерский сельские советы), в которых было начато развитие маршрутов и поддержаны инициативы, направленные на привлечение внимания к ним и созданию соответствующей инфраструктуры.

Таким образом, «зеленые маршруты» выполняют четыре основные функции: немоторизованный транспорт и безопасность; пропаганда здорового образа жизни; развитие экотуризма и охрана природного и культурного наследия; поддержка развития местной экономики и рост предпринимательства.

ЛИТЕРАТУРА

1 Информационные ресурсы сайта www.greenways.by. [Электронный ресурс]. – Дата доступа: 10.04.2016.

УДК 338.486(076.5)

Студ. Ю.В. Рудая

Науч. рук. доц. Н.А. Масилевич

(кафедра менеджмента и экономики природопользования, БГТУ)

СОСТОЯНИЕ И СТРАТЕГИЧЕСКИЕ НАПРАВЛЕНИЯ РАЗВИТИЯ ТУРИСТИЧЕСКОГО РЫНКА БЕЛАРУСИ

Приоритетными направлениями государственного регулирования в сфере туризма являются поддержка и развитие туристической индустрии, международного въездного и внутреннего туризма.

Сегодня в Беларуси реализуется ряд государственных программ, в которых предусмотрены меры по созданию современной инфра-

структуры туризма в различных регионах страны. В частности, в рамках госпрограммы «Замки Беларуси» к 2018 г. планируется обустроить 38 замков, дворцов и замчиц. Созданы благоприятные условия для развития агротуризма.

Сегодня в Беларуси широко развернута подготовка туристических кадров. В данной сфере работают 20 высших и 8 средних учебных заведений. Общий набор на эти специальности превышает 2,1 тыс. человек.

Туристический потенциал Беларуси заключается в многообразии и красоте природы, уникальности историко-культурного наследия. В республике насчитывается более 15 тысяч объектов, имеющих историческую, культурную, архитектурную значимость, а также памятных мест, связанных с именами выдающихся деятелей мировой истории и культуры. В последние годы актуален военно-исторический туризм.

Учитывая расположение Беларуси в центре Европы, туризм может стать важным источником дохода. Но, к сожалению, среди других постсоветских государств Беларусь занимает почти последнее место по уровню доходов от туризма. По данным ЮНВТО, за 2013 г. поступления от международного туризма в Беларуси составили 722 млн. долл. (для сравнения: в Украине – 5083 млн. долл. и Польше – 10938 млн. долл.).

По данным Министерства спорта и туризма Беларуси, на начало 2014 г. туристическую деятельность в стране осуществляли около 1,1 тыс. организаций, услугами которых воспользовались более 920 тыс. организованных туристов и 578,8 тыс. экскурсантов. Самыми востребованными оказались туры в Мир, Несвиж и Полоцк.

Пользуются спросом экотуристические услуги. Например, ГПУ НП «Беловежская пуца» ежегодно принимает около 180 тыс. посетителей Поместья Деда Мороза, экотуристических маршрутов «Царская поляна», «Большое путешествие», «Заповедная дубрава», «Звериный переход», «Лесные тайны», «Озерное кольцо», «Пущанские робинзонь».

В стране сохранилась тенденция роста экспорта туристических услуг: за январь – июль 2013 г. – 130,8 млн. дол.; за январь – июль 2014 г. – 149,2 млн. дол., рост составил 12,3%.

В 2014 г. Беларусь посетили: 67% туристов из стран СНГ, в том числе 62% – граждане России; 6,3% – Великобритании; 5,8% – Германии; 20,9% – Турции, Италии, Польши и других стран [1].

Сегодня в качестве актуальной формы организации туристического бизнеса и выстраивания взаимоотношений между партнерами рассматривается создание *туристических кластеров* на основе коопе-

рации различных заинтересованных организаций и предпринимателей, в особенности в целях формирования конкурентоспособного регионального туристического продукта.

Кластер – это группа географически соседствующих компаний и связанных с ними организаций (органов госуправления, инфраструктурных субъектов хозяйствования, учреждений образования), взаимодополняющих друг друга.

В деятельности кластера могут принимать участие в меру своих возможностей любой заинтересованный человек, предприятия, владельцы усадеб, медучреждения, организации, работающие в сфере охраны природы и сохранения культурного наследия, средства массовой информации, производители и продавцы спортивного, туристского снаряжения, продуктов питания и многие другие. Однако в первую очередь, кластер – это объединение владельцев агроусадоб, и от их умения работать вместе, заинтересованности в развитии благосостояния партнера, корпоративного единства зависит успех общего дела.

Успешным примером в Беларуси является Воложинский кластер, развитие которого привело к росту туристского потока в агроусадьбы на 20%, а доходы от туристского обслуживания выросли более чем на 50%.

Таким образом, в Беларуси имеется огромный туристический потенциал, и для его реализации следует рассматривать туризм как самостоятельное стратегическое экономическое направление и находить локальные креативные решения развития туристического рынка.

ЛИТЕРАТУРА

1 Масилевич, Н. А. Экономика туристического рынка : тексты лекций для студентов специальности 1-89 02 02 «Туризм и природопользование» / Н. А. Масилевич. – Минск: БГТУ, 2015. – 122 с.

УДК 005.915(073)

Студ. К.М. Кужко

Науч. рук. доц. Н.А. Масилевич

(кафедра менеджмента и экономики природопользования, БГТУ)

БАЗОВЫЕ КОНЦЕПЦИИ И ФУНКЦИИ МЕЖДУНАРОДНОГО ФИНАНСОВОГО МЕНЕДЖМЕНТА

Международный финансовый менеджмент представляет собой систему экономических отношений, возникающих по поводу управления финансами в условиях интернационализации хозяйственной деятельности компании; это система финансового менеджмента в ус-