

Учреждение образования
«Белорусский государственный университет культуры и искусств»

Факультет культурологии и социокультурной деятельности

Кафедра менеджмента социокультурной деятельности

СОГЛАСОВАНО
Заведующий кафедрой

_____ Е.А.Макарова
«__» _____ 2018 г.

СОГЛАСОВАНО
Декан факультета

_____ И.Н.Воронович
«__» _____ 2018г.

УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКИЙ КОМПЛЕКС
ПО УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЕ

КУЛЬТУРНЫЙ ТУРИЗМ

для специальности 1-21 04 01 Культурология (по направлениям),
направления специальности 1-21 04 01-02 Культурология (прикладная),
направления специализации 1–21 04 01–02 01
«Менеджмент социальной и культурной сферы»

Составитель: С.А.Пациенко, доцент кафедры СКД, кандидат культурологии

Рассмотрено и утверждено
на заседании Президиума Научно-методического совета
(протокол № 5 от 23 января 2018 г.)

Составитель:

Светлана Александровна Пациенко, доцент кафедры менеджмента социально-культурной деятельности учреждения образования «Белорусский государственный университет культуры и искусств», кандидат культурологии

Рецензенты:

В.Ф. Мартынов, заведующий кафедрой культурологии частного учреждения образования «Институт современных знаний имени А.М. Широкова», доктор культурологии, профессор;

Ю.В. Мицкевич, доцент кафедры межкультурных коммуникаций учреждения образования «Белорусский государственный университет культуры и искусств», кандидат педагогических наук, доцент.

СОДЕРЖАНИЕ

1. Пояснительная записка	4
2. Теоретический раздел	6
<i>Тематический план учебной дисциплины</i>	7
<i>Конспект лекций</i>	8
3. Практический раздел	24
<i>Перечень вопросов по темам практических занятий</i>	25
4. Раздел контроля знаний	31
5. Критерии оценки знаний и компетенций студентов	32
<i>Вопросы к зачету</i>	36
<i>Тематика научных работ</i>	38
6. Вспомогательный раздел	39
<i>Учебно-методическая карта учебной дисциплины для дневной формы получения образования</i>	40
<i>Список основной литературы</i>	41
<i>Список дополнительной литературы</i>	42
<i>Государственная Программа «Беларусь гостеприимная» на 2016 – 2020 гг.</i>	43
<i>Закон Республики Беларусь «О туризме»</i>	52

ПОЯСНИТЕЛЬНАЯ ЗАПИСКА

Учебная дисциплина «Культурный туризм» предназначена для студентов специализации 1–21 04 01–02 01 «Менеджмент социальной и культурной сферы». Особенностью учебной дисциплины является: комплексный подход в обучении; использование современных инновационных педагогических технологий. «Культурный туризм» формирует системные знания у студентов, что является необходимым в подготовке специалистов социокультурной сферы.

Настоящий учебно-методический комплекс (далее - УМК) предназначен для овладения студентами актуальными знаниями, умениями и навыками в области культурного туризма. Материалы данного УМК связаны с материалами, используемыми в учебных дисциплинах: «Ресурсная база социально-культурной деятельности», «Менеджмент в сфере культуры», «Маркетинг в сфере культуры».

Данный УМК основан на системном изучении развития культурного туризма на современном этапе, международного опыта и возможности его применения в условиях Республики Беларусь.

Основной целью УМК является: формирование теоретических знаний о культурном туризме, эффективном использовании культурно-исторического и природного наследия, систематизация информационного ресурса по изучению культурного туризма студентами для освоения теоретических основ создания и продвижения культурного продукта, а также для формирования практических навыков подготовки культурного продукта для туризма.

Задачи УМК:

- сформировать систему знаний о культурном туризме как одном из наиболее востребованных видов туризма, его современном состоянии, факторах и тенденциях его развития;
- сформировать знания о мировых культурно-исторических центрах и объектах всемирного культурного наследия;
- овладеть умением анализировать и сопоставлять тенденции развития культурного туризма в различных странах мира;
- развивать умение создавать и продвигать белорусский культурный туристский продукт на международном рынке.

Особенности структурирования и подачи учебного материала УМК:

УМК включает в себя теоретический и практический компоненты, направленные на изучение теоретико-практических основ культурного туризма, для решения профессиональных задач, возникающих у студентов-менеджеров в процессе реализации учебной и научно-исследовательской деятельности. Методологической особенностью УМК является направленность обучения на формирование самостоятельных суждений, поиск актуальной и объективной информации, и ее представление в рамках реализации собственных исследовательских проектов.

В структурном отношении УМК состоит из:

- пояснительной записки;

- теоретического раздела (в электронном варианте), представленного конспектом лекций;
- практического раздела, раскрывающего содержание практических занятий;
- раздела контроля знаний, раскрывающего формы аттестации, критерии оценки знаний, перечень вопросов к зачету;
- вспомогательного раздела, представленного списком рекомендуемой литературы (основной и дополнительной), учебно-методической картой учебной дисциплины для дневной формы получения образования.

Изучение дисциплины рассчитано на 58 часов, из них 44 – аудиторные. В рамках изучения курса предусмотрены следующие виды занятий: лекции и семинары. Примерное распределение аудиторных занятий: 12 – лекционных, 32 – семинарских/практических. Итоговой формой контроля знаний является зачет.

ТЕОРЕТИЧЕСКИЙ РАЗДЕЛ

РЕПОЗИТОРИЙ БГУКИ

ТЕМАТИЧЕСКИЙ ПЛАН УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ
(Дневная форма обучения)

Название разделов и тем	Количество часов				
	Всего	лекции	практические занятия	лабораторные занятия	самостоятельная работа
Тема 1. Культурный туризм как вид туристской деятельности		2	4		
Тема 2. Культурный туризм и мировое культурно-историческое наследие		2	4		
Тема 3. Культурно-исторические центры как туристские дестинации		2	2		
Тема 4. Менеджмент туризма		2	4		
Тема 5. Создание и продвижение культурных продуктов для туризма		2	4		
Тема 6. Индустрия туризма			2		
Тема 6. Развитие культурного туризма в Республике Беларусь		2	12		
Всего			1232		

КОНСПЕКТ ЛЕКЦИЙ

Лекция 1 КУЛЬТУРНЫЙ ТУРИЗМ КАК ВИД ТУРИСТКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

Термин «культурный туризм» начал внедряться в терминологический лексикон специалистов по туристской деятельности в 1970-е гг., когда начали публиковаться посвященные туризму теоретические работы. Ориентация на знакомство с иными культурами, на посещение музеев, исторических мест, памятников и т.п. до настоящего времени позволяет многим авторам пользоваться словосочетанием «культурный туризм».

Целью культурного туризма является посещение разнообразных культурных, исторических, а также географических достопримечательностей в разных странах мира. Культурный туризм является одним из самых массовых и популярных видов туризма. Основной целью таких поездок является просмотр культурных и исторических мест, музеев, архитектуры, памятников и др.

Наиболее авторитетным в настоящее время считается **определение**, используемое в документах Мировой Туристической Организации (WorldTourismOrganization): «В узком смысле этот вид туризма включает путешествия людей мотивированных именно культурой – познавательные туры, культурные поездки, с целью посещения театров, поездки на фестивали, посещение достопримечательностей, памятников архитектуры и искусства... В широком смысле, в это понятие должны быть включены все путешествия людей, так как они удовлетворяют потребности в разнообразии, ведут к росту культурного развития индивидуума, способствуя получению новых знаний и приобретению опыта».

Факторы конкурентоспособности культурного туризма:

- способность генерировать повторные посещения (популярные праздники, фестивали);
- широкий спектр и выбор предоставляемых услуг;
- всесезонность;
- долгосрочность пребывания туристов.

Инфраструктура культурного туризма включает:

- объекты изучения, освоения и показа, средства доставки, размещения, питания, науки, культуры;

- производство и реализацию экипировки, снаряжения, съемочной аппаратуры, аудиовидеоносителей, сувениров, путеводителей, других справочных и наглядных материалов, включая книги, альбомы, репродукции;
- сеть предприятий, организаций по продвижению собственно туристского продукта и сопутствующих услуг, будь то бронирование билетов, гостиничных мест и т.д.

Виды культурного туризма

Архитектурный туризм – посещение архитектурных форм, представляющих культурное значение;

Исторический – это особый вид туризма, основное направление – посещение мест исторических битв, руин и других видов исторической и военной архитектуры;

Туризм литературы и искусств – посещение театров, галерей, домов и музеев художников и писателей;

Музыкальный туризм – посещение концертов, фестивалей, карнавалов;

Туризм парков культуры – исследование ландшафтов;

Городской – исследование архитектуры и панорамы городов;

Сельский – посещение сельской местности.

Функции культурного туризма

- *Познавательная функция* ставит целью получение новой информации, распространение комплекса разнообразных социально-гуманитарных знаний;

- *Гуманитарная функция* туризма заключается в использовании его возможностей для формирования всесторонне развитой личности. Приобщение к материальным и духовным ценностям способствует распространению культурных ценностей, вносит вклад в развитие эстетических воззрений, воспитание чувства патриотизма;

- *Коммуникативная функция.* Организация нерегламентированного общения участников путешествия – это организация общения туристов для обсуждения общих вопросов, непринуждённого обмена мнениями;

- *Рекреативная функция* максимально способствует полноценному отдыху туристов, восстановлению их физических и духовных сил, организации активных досуговых занятий и развлечений, обеспечивающих разнообразие деятельности, смену впечатлений, положительный эмоциональный настрой, снятие напряжения и усталости.

Лекция 2

КУЛЬТУРНЫЙ ТУРИЗМ

И МИРОВОЕ КУЛЬТУРНО-ИСТОРИЧЕСКОЕ НАСЛЕДИЕ

Культурное наследие рассматривается как совокупность достижений духовной культуры общества, весь его исторический опыт, включающий как актуальные компоненты, так и такие, которые пока не прижились, но существует возможность обращения к ним позже. Большая часть культурных программ со временем теряет свою актуальность и постепенно исчезает из обихода носителей культуры либо видоизменяется в процессе установления новой системы ценностей. Меньшая часть таких программ переходит из поколения в поколение, хранится в коллективной памяти человечества в качестве константного информативного ядра.

Иначе говоря, **культурно-историческое наследие** - совокупность всех материальных и духовных культурных достижений общества, его исторический опыт, хранимый в общественной памяти. Культурно-историческое наследие составляют достижения различной давности, переходящие к новым поколениям в новые эпохи.

Ведущую роль в координации и стандартизации мировой культурной и туристской деятельности играют ЮНЕСКО и ВТО. Проводимые этими международными организациями генеральные ассамблеи, конференции и другие мероприятия, в которых участвуют представители культуры и туризма ведущих стран мира, являются действенным механизмом международного сотрудничества, а принимаемые ими решения – основой для разработки практических рекомендаций на национальном уровне.

Особого внимания заслуживают конвенции и рекомендации ЮНЕСКО по охране культурного, исторического и природного наследия, подчеркивающие важность его сохранения для дальнейшего развития туризма. В рамках Всемирной конференции, определившей мировую политику в области культуры, приняты рекомендации о путях развития туризма на основе охраны и использования культурного, исторического и природного наследия. Принципы сотрудничества в областях культуры и туризма нашли свое отражение в декларациях, принятых в Маниле (1980 г.) и Мехико (1981 г.).

Памятники истории, культуры и природы являются национальным достоянием страны. Освоение территории для туристских целей требует бережного подхода по принципу: «Сохрани – восстанови – не навреди».

Многие регионы богаты такими уникальными историческими территориями, как древние города, усадебные и дворцово-парковые

ансамбли, комплексы культовой архитектуры, исторические постройки, историко-культурные памятники и др. Они не должны оставаться застывшими образованиями. При организации уникальных территорий следует сочетать традиционные формы деятельности, исторически сформировавшие эти территории, с инновационными видами, к числу которых относится и туризм. Причем новые виды деятельности должны дополнять, а не подавлять сложившиеся хозяйственные, социокультурные и природные процессы.

По определению авторов «Словаря актуальных музейных терминов»: **«Актуализация наследия** – это деятельность, направленная на сохранение и включение культурного и природного наследия в современную культуру путем активизации социокультурной роли его объектов и их интерпретации»¹. Иначе говоря, актуализировать объект историко-культурного наследия – значит сделать его пригодным к активному использованию в современном социокультурном пространстве.

При развитии туристской инфраструктуры важно не нарушать исторический облик территории. Каждый вновь создаваемый туристский центр (объект) должен соответствовать национальным особенностям и традициям и одновременно иметь свой неповторимый облик.

На основе принципов Хартии культурного туризма, принятой на Международном семинаре по туризму (1976 г.), предложена следующая **классификация использования культурно-исторического и природного наследия**:

- достояние, в основном используемое туристами (фестивали, представления, памятники и т. д.);
- достояние смешанного пользования (менее значимые исторические памятники и музеи, театры, места посещаемые экскурсантами, заповедники и т. д.);
- достояние, в основном используемое местным населением (объекты религиозного культа и гражданские сооружения, кинотеатры, библиотеки и др.).

Политика туристского развития должна отражать следующие аспекты:

- подготовку перечня туристских ресурсов, причем особого внимания заслуживают классификация культурного, исторического, природного наследия и определение наиболее важных объектов для развития туризма;

¹Словарь актуальных музейных терминов / М.Е.Каулен, А.А.Сундиева и др., М., // Музей 2009 № 5. – С.49.

- определение основных туристских регионов и мест туристского назначения, а также обеспечение соответствующих мер по охране местных культурных, исторических и природных памятников;
- использование в целях туризма национального достояния, включающего искусственные и природные, материальные и нематериальные объекты, а также творчество местного населения (искусство, ремесла, фольклор);
- проведение мероприятий, направленных на воспитание местного населения и туристов в духе уважения к культурным ценностям региона.

Таким образом, уникальные культурно-исторические территории можно определить как территории, обладающие особой ценностью для мира, страны, региона, где памятники истории, культуры и природы составляют единый комплекс и тесно связаны с живой культурой народа.

Лекция 3

КУЛЬТУРНО–ИСТОРИЧЕСКИЕ ЦЕНТРЫ КАК ВАЖНЕЙШИЕ ТУРИСТСКИЕ ДЕСТИНАЦИИ

Культурно-исторический центр — это центр, в котором сохранились памятники культуры и истории народа, жившего здесь ранее. Культурно–исторические центры – наилучший способ знакомства с культурой и историей народа. Гуманитарное значение культурно-исторического центра заключается в использовании его возможностей для развития личности, ее творческого потенциала, расширения горизонта знаний. Совмещение отдыха с познанием жизни, истории и культуры другого народа - одна из задач, которую в полной мере способен решать культурный туризм. Знакомство с культурой и обычаями другой страны обогащает духовный мир человека.

Культура является фундаментальной основой процесса развития, сохранения, укрепления независимости, суверенитета и самобытности народа. Идентичность путей исторической эволюции культуры и туризма предопределила общность новых методов подхода к их дальнейшему развитию. В большинстве стран мира происходит процесс демократизации культуры и туризма, которые составляют неотъемлемую часть жизни общества. Самосознание и познание окружающего мира, развитие личности и достижение поставленных целей немислимы без приобретения знаний в области культуры.

Особенности культуры различных регионов мира все чаще побуждают людей проводить отпуск в путешествии. Объекты, посещаемые туристами,

способствуют их духовному обогащению, расширению кругозора. Культура является одним из основных элементов туристского интереса.

Развитие культурных факторов внутри региона является средством расширения ресурсов для привлечения туристских потоков. Во многих странах туризм может быть включен в так называемую политику культурных отношений.

Уровень культурного развития может быть использован также для создания благоприятного имиджа конкретного региона на туристском рынке. Элементы и факторы культуры могут являться каналами распределения информации о туристских возможностях местности. Успех развития туризма зависит не только от материально-технической базы, соответствующей общепринятым стандартам и требованиям, но и от уникальности национального культурного наследия.

Туристская дестинация— значимый элемент туристской системы. Ее можно охарактеризовать как центр (территорию) со всевозможными удобствами, средствами обслуживания и услугами для обеспечения всевозможных нужд туристов. Регион туристской дестинации является одним из самых важных в туристской системе, так как сами туристские дестинации и их имидж привлекают туристов, мотивируют визит, таким образом активизируют всю туристскую систему. Само слово "дестинация" в переводе с английского означает "местонахождение; место назначения". Термин "туристская дестинация" был введен Лейпером в середине 1980-х гг. Сейчас дестинация— это географическая территория, имеющая определенные границы, которая может привлекать и удовлетворять потребности достаточно широкой группы туристов.

Для того чтобы территория была дестинацией, необходимо выполнение следующих **условий**:

- наличие на этой территории мест размещения, питания, развлечений (должен быть определенный уровень качества услуг) и высокоразвитой транспортной системы;

- наличие достопримечательностей, интересующих туристов (наличие фактора привлекательности является одним из главных факторов конкуренции между дестинациями);

- наличие информационных (например, глобальных информационных систем "Amadeus", "Galileo", "Worldspan", "Sabre") и коммуникационных систем, так как это необходимый инструмент информирования туристского рынка дестинации.

Каждой дестинации присущи следующие характерные **черты**:

1. Дестинация представляет собой совокупность следующих компонентов: достопримечательность (природные богатства или созданные человеком, т.е. то, что побуждает туриста совершать путешествие); удобства (размещение, питание, развлечения, а также розничная торговля и другие предприятия сферы услуг, такие как банки, обменные пункты, парикмахерские, медицинские предприятия, т.е. все то, что не только обеспечивает приют и пищу, но и создает общее ощущение радушного приема туристов; доступность (удаленность дестинации от туристских рынков делает ее уязвимой к понижениям спроса, так как до подобной дестинации можно добраться только путем длительных поездок. Следовательно, развитие и поддержание эффективных транспортных связей с туристскими рынками необходимо для успеха дестинации. Но для туристов важна не только физическая доступность дестинации, т.е. внешние транспортные связи с ней, но и наличие развитых внутренних транспортных связей: прокат автомобилей, предоставление местного транспорта для проведения обзорных экскурсий и трансферов до мест размещения и т.д.); вспомогательные службы, которые предоставляют такие услуги, как реклама дестинации, координация и управление ее развитием, предоставление населению и организациям необходимой информации и услуги по резервированию, обеспечению оборудованием (предприятия питания, спорта и т.д.), обеспечение дестинации руководящим персоналом.

2. Дестинация представляет собой культурную ценность: посетители должны считать дестинацию привлекательной и заслуживающей времени и денег, потраченных на путешествие. Таким образом, важно поддерживать отличие условий дестинации от обычных "домашних" условий с помощью хорошего дизайна и управления, чтобы избежать разработки "унифицированного туристского ландшафта".

3. Дестинация неразделима, т.е. туристский продукт потребляется там, где он непосредственно производится, и, чтобы его испытать, туристы должны физически присутствовать в дестинации. Процессы производства и потребления туристского продукта совпадают не только в пространстве, но и во времени, т.е. дестинации не могут быть запасены впрок (номера в гостиницах, театральные билеты и т.д. не могут быть отложены в "межсезонье" для последующей их продажи во время, например, театрального сезона). Таким образом, сезонность дестинации является наиболее важной проблемой, так как снижает их доходность и делает неэффективными с точки зрения использования основных средств дестинации. Для сезонной дестинации пик сезона (3-4 месяца) должен

принести основной вклад в покрытие постоянных издержек, которые подлежат оплате в течение года.

4. Услугами и удобствами дестинации пользуются не только туристы, но и другие люди: местные жители и работники дестинации. Таким образом, предприятия дестинации не могут быть ориентированы только на местных жителей или только на туристов, они должны ориентироваться на тех и других.

Исследователи выделяют три типа дестинации:

Первый тип - это крупные столичные города или приравненные к ним (столицы или города типа Санкт-Петербурга), которые привлекают туристов своими достопримечательностями (познавательный туризм), хорошими возможностями для решения проблем бизнеса (конгрессы, бизнес-туризм, семинары, выставки). Существенную роль играет туризм с целью посещения знакомых и родственников, а также административных центров для решения задач управления. Поэтому в крупных городах существуют исторические, административные, торговые, бизнес и рекреационные зоны.

Второй тип делится на две подгруппы:

- центры целенаправленного развития туризма деревни, города, в которых сохраняются обычаи, история, культура (например, музей деревянного зодчества в Суздале). Для привлечения туристов отели строят на небольшом расстоянии от этих городов и деревень;

- притягательные для туристов центры не столицы, но города, имеющие высокую степень привлекательности, благодаря своей истории, культуре, науке (например, академгородок под Новосибирском).

Третий тип это центры, специально построенные для туристов ("Disneyland" в Калифорнии и во Франции; "Naturebornholm" на о. Борнхольм, Дания).

Лекция 4

МЕНЕДЖМЕНТ ТУРИЗМА

Менеджмент в туризме – это совокупность методов, принципов, способов, управленческих приемов, форм и средств, которые способствуют эффективному управлению сферами туристического производства и персоналом, занятым в сфере обслуживания туристической деятельности. Главными задачами менеджмента в туризме являются достижение высокой эффективности, наилучшее использование природного потенциала и качественное и продуктивное руководство сферой, которое принесет положительный экономический эффект.

Туризм как объект управления имеет ряд присущих только ему **особенностей**, которые во многом обусловлены спецификой отрасли. Задача менеджмента состоит в том, чтобы выявить такие особенности и в дальнейшем учитывать их при управлении туристическими предприятиями и организациями.

Первая особенность туризма с точки зрения менеджмента заключается в больших масштабах туристической индустрии и сложности взаимосвязей между ее составляющими. *Второй особенностью туризма* как объекта управления можно считать нечеткость и сложное определение целей управленческого воздействия. На первый взгляд может показаться, что для частных туристических предприятий цели достаточно ясны - накопление ценностей, получения прибыли. Однако турфирмы часто ориентируются на заявленные, а не на фактические потребности туристов. Чтобы выявить последние, менеджер должен приложить максимум усилий, т.к. неэффективность его деятельности может спровоцировать недовольство потребителя.

Трудно определить четкие цели и критерии для туристических организаций национального, областного, местного (городского, районного) уровней, что затрудняет объективную оценку их вклада в развитие туризма, прогноз и планирование деятельности таких организаций. Сложнее обстоят цели развития отдельных туристических дестинаций, местностей, регионов. Непросто точно спрогнозировать все явления и процессы, происходящие в туризме (изменения в политической ситуации, ухудшение климатических условий, изменения в системе налогообложения и т.п.), поэтому чаще можно осуществить вероятностные прогнозы и планы. Таким образом, туризм - это явление, которое трудно прогнозировать и измерять.

Одной из важнейших особенностей туризма как объекта управления является *специфика туристических услуг и туристского продукта*. Их необходимо учитывать при разработке системы управления туристическим предприятием, организацией, территорией, при установлении стандартов обслуживания, обучении персонала и т.д.

Особые требования к менеджменту в туризме выдвигает и *специфика туристического спроса*, который имеет неоднородный характер и выделяется среди других причин: неосвязаемостью турпродукта; разнообразием потребительских предпочтений; высокой значимостью общественных факторов.

Под влиянием ряда объективных и субъективных факторов: природно-климатических, экономических, социальных (наличие свободного времени), демографических, психологических (традиции, мода), материально-

технических (развитие сети учреждений размещения, питания, транспорта и др.). формируется *сезонность туристического спроса* и предложения. Все указанные факторы, особенно природно-климатические условия, определяющие сезонную неравномерность спроса на туристическое обслуживание. их учета необходимо менеджеру турфирмы для разработки предложения и принятия мер для снижения неравномерности спроса на туристические услуги

Еще одна особенность туризма заключается в том, что на его развитие влияет значительно большее *количество заинтересованных сторон*, чем в любом другом виде деятельности человека. Среда осуществления туристической деятельности охватывает клиентов, предприятия-поставщиков, производителей отдельных туристических и нетуристических услуг, местные органы власти, социальные фонды, общественные и другие организации и т.п., которые влияют или могут влиять на нее.

Одним из основных компонентов, составляющих содержание управления в туризме, являются **функции**. Функции управления можно представить как виды управленческого труда, связанные с воздействием на управляемый объект. Для туристской индустрии актуальны: **планирование, организация, мотивация и контроль**.

Планирование — это один из этапов процесса управления, на котором определяются цели любой туристской структуры, а также методы их достижения. Это непрерывный процесс изучения новых путей и методов совершенствования деятельности фирмы за счет выявленных возможностей, условий и факторов. Т.е. под планированием деятельности туристского предприятия следует понимать систематический, информационно обрабатываемый процесс качественного, количественного и временного определения будущих целей, средств и методов формирования, управления и развития предприятия.

Организация процесса — вторая функция управления, для характеристики которой используются два определения: организация — это структура системы в виде взаимоотношений, прав, целей, ролей, видов деятельности и других факторов, которые имеют место тогда, когда люди объединены совместным трудом; организация — это процесс, посредством которого создается и сохраняется структура предприятия.

Мотивация — это работа менеджера, направленная на активизацию сотрудников фирмы в плане повышения эффективности их труда для достижения как личных целей, так и целей фирмы.

Контроль означает процесс соизмерения (сопоставления) фактически достигнутых результатов с запланированными. По сути это количественная и качественная оценка и учет результатов работы фирмы.

Лекция 5

СОЗДАНИЕ И ПРОДВИЖЕНИЕ ТУРИСТСКОГО ПРОДУКТА

Туристский продукт — упорядоченная целенаправленная совокупность туристских услуг, работ и товаров (турпакет), состоящая из двух или более единичных или множественных туристских услуг, работ, товаров и средств обеспечения, иных туристских ресурсов, достаточная для удовлетворения потребностей туриста в процессе и в целях туризма. **Туристская услуга** — результат деятельности туристского предприятия по удовлетворению соответствующих потребностей туристов. Туристские услуги могут быть разделены на основные (приобретаемые в пакете, гарантирующем их обязательное использование в месте отдыха), дополнительные (целевые и инфраструктурные услуги, не входящие в стоимость тура и приобретаемые за дополнительную плату) и сопутствующие (услуги местного инфраструктурного комплекса, которыми наряду с местными жителями пользуются и туристы).

Выделяют несколько **потребительских свойств туристского продукта**:

- гостеприимство — достоинство, уважение и любезность персонала;
- обоснованность — предоставление всех услуг должно соответствовать цели путешествия туриста;
- надежность — соответствие фактически предоставляемого туристу продукта рекламе, достоверность информации;
- эффективность — достижение наибольшего эффекта для туриста при минимизации его расходов;
- целостность — завершенность турпродукта;
- ясность — потребление турпродукта, его направленность должны быть понятны и туристу, и производителю; о простота в эксплуатации — возможность легко обнаруживать ошибки в технологии обслуживания;
- гибкость — турпродукт должен предусматривать возможность замены тех или иных услуг, чтобы быть ориентированным на разных потребителей;
- полезность — способность служить достижению какой-либо цели, удовлетворять потребности определенной целевой группы потребителей.

Виды туров. В зависимости от вида заявки туриста и способа организации продажи туры могут быть индивидуальными и групповыми. Индивидуальные туры предоставляют туристу больше независимости и самостоятельности, но они более дорогие, так как такие виды услуг, как внутримаршрутный транспорт, услуги гида, и некоторые другие турист оплачивает полностью, в отличие от групповых туров, где эта цена раскладывается на всех членов группы. Групповые туры более дешевые, доступные массовому туристу, но в таких поездках каждый их участник обязан подчиняться установленному для группы порядку путешествия. Комплексное обслуживание включает набор туристских услуг — турпакет. **Пакет услуг** — это произведенный туроператором туристский продукт, состоящий из определенного набора услуг: перевозки, размещения, питания, развлечений и т.д. Пакет услуг на туре формируется в зависимости от цели путешествия и потребностей туристов по выбранному ими виду туристского отдыха.

Существуют следующие варианты турпакетов:

- пакет «мини» — если турпакет содержит только основные услуги (перевозка плюс размещение);

- пакет «стандартный» — содержит все услуги пакета «мини» плюс питание, также может включать ряд дополнительных услуг (страховую и визовую поддержку, трансфер, услуги гида, экскурсионную программу и др.);

- пакет «расширенный» — содержит максимально возможный для данного турпродукта набор услуг.

Классы обслуживания в туризме. Классы обслуживания применяются для обозначения качества предоставляемых услуг. При продвижении и продаже туристского продукта уровень обслуживания по туру условно обозначают следующими категориями: «люкс», первый класс, туристский класс, экономический класс. **Класс «люкс»**- привлекает туристов услугами самого высокого класса — гостиницами категории «пять звезд», авиаперелетом в первом классе или самолетами бизнес-авиации, питанием в роскошных ресторанах, индивидуальным трансфером на автомобилях «люкс», услугами индивидуального гида и др. Такие туры предоставляются по разряду VIP-обслуживания, они самые дорогие и индивидуальные. **Первый класс** также предполагает достаточно высокий уровень обслуживания, предусматривающий проживание в гостиницах категории «4—5 звезд», перелет бизнес-классом, отличную кухню и широкий выбор блюд, индивидуальный трансфер, кураторство гида. **Туристский класс** — самый массовый вариант обслуживания, предусматривающий размещение

туристов в гостиницах категории «2— 3 звезды», перелет экономическим классом регулярных рейсов (допускаются чартеры), питание по типу шведского стола, групповой трансфер, услуги гида для группы и др. **Экономический класс** — самый дешевый вариант туристского обслуживания, используемый чаще всего студентами и малообеспеченными людьми. Программы этого класса предусматривают минимум услуг невысокого уровня: размещение в студенческих общежитиях, хостелах с самообслуживанием, питание либо в форме завтрака с небольшим разнообразием блюд, либо не предоставляется вовсе, перелет чартерными авиарейсами экономическим классом или использование других видов транспорта (чаще всего автобуса), встреча и проводы организуются, как правило, на общественном транспорте, услуги гида предоставляются редко.

Лекция 6

РАЗВИТИЕ КУЛЬТУРНОГО ТУРИЗМА В РЕСПУБЛИКЕ БЕЛАРУСЬ

Совокупность природных и антропогенных объектов и порождаемых ими факторов вакационного, оздоровительного, культурного и иного свойства, способных вызвать туристский интерес, называется **туристскими ресурсами**.

Наследие, вовлечённое в сферу туризма, с одной стороны выполняет воспитательную и культурную функцию (формирование национального менталитета, сохранение самосознания народа, воспитание патриотизма). С другой стороны, не менее важна его экономическая роль: налоговые поступления в бюджеты разных уровней, улучшение инфраструктуры, создание рабочих мест, вклад в решение экологических проблем. В свою очередь, туризм активно способствует сохранению и рациональному использованию культурного и природного наследия страны.

Республика Беларусь, площадью 207,6 тыс. км² занимает внутриконтинентальное положение в Восточной Европе и располагается на пути транзитных транспортных магистралей, связывающих Россию и страны Европейского Союза.

Развитие туризма, увеличение его доли в валовом внутреннем продукте, занятости населения, инвестициях, доходах бюджета остаются актуальными задачами современной экономики Беларуси. В 2015 году РБ с деловыми, туристскими и служебными целями посетили 6,2 млн. иностранных граждан. География въездного туризма Беларуси в первую

очередь представлена европейскими странами: Россия (81%), Польша (2,3%), Литва (1,5%), Украина (1,4%), Германия (1,4%). Численность организованных туристов показывает устойчивую положительную динамику, а объём туристских и экскурсионных услуг в 2015 году составил около \$43 млн. и увеличился в фактических ценах в 13 раз по сравнению с 2005 годом.

Особый интерес для туристов во всём мире представляют выдающиеся **памятники природного и культурного наследия человечества, включённые в Список всемирного наследия ЮНЕСКО**. В Республике Беларусь находятся один природный и три культурных объекта ЮНЕСКО.

Государственный национальный парк **«Беловежская пуца»** (трансграничный объект Беларусь-Польша в Брестской и Гродненской областях) в 1992 году решением ЮНЕСКО был включён в Список мирового природного наследия человечества. Как один из старейших заповедников в мире, пуца ведёт свою историю с 1409 года. Беловежская пуца представляет крупный массив реликтового смешанного леса, который практически в девственном состоянии сохранился до наших дней в условиях освоенной и хорошо заселённой Восточной Европы. Хозяином пуцы является европейский зубр, благодаря которому национальный парк стал одним из крупнейших туристских центров РБ. На территории парка находятся музей природы, экскурсионные вольеры, резиденция Деда Мороза и вся необходимая для приёма туристов инфраструктура.

В целом природное наследие Беларуси образует система особо охраняемых природных территорий (ООПТ): Березинский биосферный заповедник, 4 национальных парка, 334 заказника и 874 памятника природы. ООПТ выполняют функцию организации и развития экологического туризма.

В Список Всемирного культурного наследия ЮНЕСКО **замковый комплекс «Мир»** в Гродненской области включён в 2000 году. Первое из летописных упоминаний о Мире относится к 1359 году, когда в Европе правили крестоносцы. Замок в качестве крепости участвовал практически во всех войнах XVII-XIX вв. В 1891 году владельцем замка стал герой турецкой войны князь Николай Святополк-Мирский, при котором был заложен уникальный пейзажный парк.

Архитектурно-культурный комплекс бывшей **резиденции Радзивиллов в городе Несвиже** (Минская область) - один из самых красивых и интересных дворцово-парковых ансамблей в Беларуси. В Список объектов Всемирного культурного наследия ЮНЕСКО включён в 2005 году. Строительство каменного замка началось в 1582 году по инициативе Николая Христофа Радзивилла Сиротки. Согласно описанию 1658 года, в замке было 12 залов, богато отделанных мрамором, резьбой, лепниной, росписями,

картинами, каминами. В XVIII в. Несвижский замок неоднократно перестраивался. Новые жилые здания придали замку вид великосветского дворцово-замкового комплекса, а оборонительные черты отошли на второй план. С закладкой в 1879 году парка пейзажного типа завершилось формирование дворцово-паркового ансамбля.

Геодезическая Дуга Струве (трансграничный объект, 19 топографических точек расположены в Брестской и Гродненской областях) вошла в Список ЮНЕСКО в 2005 году. Геодезические точки наблюдений были заложены в 1816-1855 гг. под руководством известного русского астронома и геодезиста Фридриха Георга Вильгельма (Василия Яковлевича) Струве, академика Петербургской академии наук, основателя и первого директора Пулковской обсерватории. Дуга создавалась с целью определения геометрических параметров Земли, её формы и размеров. В процессе измерений было заложено 258 геодезических пунктов в 10 странах Северной и Восточной Европы. Результаты измерений использовались в научных и практических целях более 130 лет. Сегодня Дуга Струве рассматривается как одно из важнейших событий в развитии мировой астрономии, геодезии и географии, имеющее непреходящее историческое значение.

В ряду ценнейших объектов национального достояния необходимо отметить комплекс фортификационных сооружений Брестской крепости (1836–1842 гг., 1911–1914 гг.) и Музей-центр искусств Марка Шагала в Витебске. Всего в РБ выделяются 53 объекта культурного наследия международного уровня. Больше всего таких объектов в Гродненской (20), Минской (11) и Брестской (7) областях. Это храмовые комплексы, дворцово-парковые ансамбли, замки, памятники гражданской и фортификационной архитектуры, мемориальные комплексы, усадьбы, исторические центры городов.

Культурное и природное наследие становится фактором развития туризма в том случае, когда оно живо и функционирует в качестве туристско-рекреационного ресурса. Этот процесс происходит через создание музеев; формирование системы экологических, культурно-познавательных, паломнических, этнических экскурсий и туристских маршрутов; организацию национальных и международных праздников. Такие яркие мероприятия, как Республиканский фестиваль национальных культур в Гродно, фестивали средневековой культуры, Международный фестиваль искусств «Славянский базар» в Витебске привлекают многочисленных туристов и способствуют развитию событийного туризма.

По всем параметрам лидерами являются Брестская, Минская, Гродненская и Витебская области, где основой развития туризма является

национальное наследие. Среди самых популярных и динамично развивающихся туристских центров выделяются Минск, Несвиж, Брест, Витебск, Мир, Заславль, Гродно, Дудutki, Полоцк, Браславские озёра, национальный парк Беловежская пуша.

Кактуальным проблемам развития туризма в РБ можно отнести:

- некоторая изолированность страны от Европейского Союза, связанная с политическими причинами, ограничивает поток въездного туризма со стороны ЕС, что, несомненно, тормозит развитие туристической индустрии;

- недостаточная развитость современной инфраструктуры туризма;

- наличие всего 4 объектов мирового наследия, включенных в Список ЮНЕСКО, при наличии большего количества потенциальных объектов;

- слабая вовлеченность сферу туризма народной культуры, традиций, ремёсел и промыслов, исторической городской среды, сельской этнокультурной среды, природного ландшафта и т.д.

Сегодня действует Государственная программа развития туризма в Республике Беларусь на 2016 – 2020 гг., реализация которой позволяет стимулировать развитие сферы услуг, гостиничного хозяйства, транспорта, связи, торговли и общественного питания, строительства и реконструкции автомобильных дорог, благоустройства населённых пунктов, производства сувенирной продукции и т.д.

Программа предусматривает не только реконструкцию, реставрацию, расширение работающих в туризме объектов наследия, но и освоение потенциала культурного и природного наследия страны.

ПРАКТИЧЕСКИЙ РАЗДЕЛ УМК

РЕПОЗИТОРИЙ БГУКИ

**ПЕРЕЧЕНЬ ВОПРОСОВ
ПО ТЕМАМ ПРАКТИЧЕСКИХ ЗАНЯТИЙ**

Тема 1

Культурный туризм как вид туристской деятельности

Практическое занятие 1

Ключевые понятия:

Культура, культурный туризм, культурная мотивация, рекреационный потенциал, достопримечательности, аттрактивность культурных объектов.

Основные вопросы:

1. Туризм как феномен современной культуры.
2. Туризм в условиях культурного многообразия мира и глобализации.
3. Классификация туризма. Культурный туризм как разновидность въездного туризма.
4. Основные характеристики и ресурсы культурного туризма.

Тема 1

Культурный туризм как вид туристской деятельности

Практическое занятие 2

Ключевые понятия:

Индустрия туризма, туристический центр, инфраструктура туризма, ресурсная база.

Основные вопросы:

1. Роль и место культурного туризма среди других видов отдыха.
2. История развития культурного туризма.
3. Виды и содержание культурного туризма.
4. Ресурсная база культурного туризма.

Тема 2

Культурный туризм и мировое культурно-историческое наследие

Практическое занятие 1

Ключевые понятия:

Культурно-историческое наследие, объект культурно-исторического наследия, культурный комплекс.

Основные вопросы:

1. Роль элементов культуры в формировании туристского интереса в условиях глобализации.
2. Понятие «культурно-историческое наследие». Видовая классификация культурного наследия. Объекты культурного наследия.
3. Методы и принципы оценки культурных комплексов.

Тема 2

Культурный туризм и мировое культурно-историческое наследие

Практическое занятие 2

Ключевые понятия:

Культурно-историческое наследие, объект культурно-исторического наследия, памятник истории и культуры.

Основные вопросы:

1. Всемирное культурное наследие. Международное сотрудничество по охране культурно-исторического наследия.
2. Критерии отнесения объектов ко всемирному культурно-историческому наследию.
3. Основные принципы охраны объектов историко-культурного наследия.

Тема 3

Культурно-исторические центры как туристские дестинации

Практическое занятие 1

Ключевые понятия:

Культурно-исторический центр, туристская дестинация, объекты истории и культуры.

Основные вопросы:

1. Понятие «туристская дестинация». Типы туристских дестинаций.
2. Роль культурно-исторического наследия в процессе формирования туристских дестинаций.
3. Циклы развития туристской дестинации. Стратегии развития туристских дестинаций.
4. Основные туристские дестинации Республики Беларусь.

Тема 4.

Менеджмент туризма

(субъекты организации культурного туризма)

Практическое занятие 1

Ключевые понятия:

Гид, экскурсовод, турагент, туроператор, социокультурный сервис, транспортно-экскурсионное обслуживание, отель, средства размещения туристов.

Основные вопросы:

1. Роль специалистов в организации культурного туризма и обслуживании туристов.
2. Культура в сфере размещения и транспортно-экскурсионного обслуживания.
3. Менеджмент гостеприимства в культурном туризме.

4. Требования к специалистам, предоставляющим туристские услуги.

Тема 4

Менеджмент туризма (механизм функционирования туристской организации)

Практическое занятие 2

Ключевые понятия:

Управление, туризм, анализ хозяйственной деятельности, экономика предприятия, финансы, рынок.

Основные вопросы:

1. Сущность деятельности туристских организаций.
2. Туристские организации как объект управления.
3. Организационно-экономические аспекты функционирования туристских предприятий.
4. Организационно-правовые основы деятельности туристского предприятия.

Тема 5

Создание и продвижение культурных продуктов для туризма

Практическое занятие 1

Ключевые понятия:

Туристский продукт, производство, разработка культурного продукта.

Основные вопросы:

1. Культурный продукт для туризма: структура, основные особенности и элементы производства.
2. Особенности процесса разработки культурного продукта для туризма.
3. Формирование конкурентоспособного продукта для культурного туризма.

Тема 5

Создание и продвижение культурных продуктов для туризма

Практическое занятие 2

Ключевые понятия:

Продвижение культурного продукта в туризме, маркетинговые технологии, система продвижения.

Основные вопросы:

1. Особенности продвижения культурного продуктов в туризме.

2. Система и основные этапы продвижения в культурном туризме.
3. Использование маркетинговых технологий в процессе продвижения продуктов для культурного туризма.

Тема 6.

Индустрия туризма

Практическое занятие 1

Ключевые понятия:

Индустрия, туроператор, турагент, организаторы туризма, тур, туроператорская деятельность, индустрия гостеприимства.

Основные вопросы:

1. Индустрия туризма: сущность понятия, специфика индустрии туризма.
2. Организаторы туризма: туроператор, турагент.
3. Функции туроператора.
3. Основные задачи деятельности турагента.

Тема 7.

Развитие культурного туризма в Республике Беларусь

Практическое занятие 1

Ключевые понятия:

Брестская область, историко-культурный потенциал, развитие региона, культурный туризм, туристская инфраструктура.

Основные вопросы:

1. Историко-культурный потенциал Брестской области.
2. Развитие туристской инфраструктуры в Брестской области.
3. Предложения по эффективному использованию исторических, культурных, природных и др. ресурсов Брестской области в процессе создания уникального турпродукта.

Тема 7.

Развитие культурного туризма в Республике Беларусь

Практическое занятие 2

Ключевые понятия:

Витебская область, историко-культурный потенциал, развитие региона, культурный туризм, туристская инфраструктура.

Основные вопросы:

1. Историко-культурный потенциал Витебской области.
2. Развитие туристской инфраструктуры в Витебской области.

3. Предложения по эффективному использованию исторических, культурных, природных и др. ресурсов Витебской области в процессе создания уникального турпродукта.

Тема 7.

Развитие культурного туризма в Республике Беларусь

Практическое занятие 3

Ключевые понятия:

Гродненская область, историко-культурный потенциал, развитие региона, культурный туризм, туристская инфраструктура.

Основные вопросы:

1. Историко-культурный потенциал Гродненской области.
2. Развитие туристской инфраструктуры в Гродненской области.
3. Предложения по эффективному использованию исторических, культурных, природных и др. ресурсов Гродненской области в процессе создания уникального турпродукта.

Тема 7.

Развитие культурного туризма в Республике Беларусь

Практическое занятие 4

Ключевые понятия:

Гомельская область, историко-культурный потенциал, развитие региона, культурный туризм, туристская инфраструктура.

Основные вопросы:

1. Историко-культурный потенциал Гомельской области.
2. Развитие туристской инфраструктуры в Гомельской области.
3. Предложения по эффективному использованию исторических, культурных, природных и др. ресурсов Гомельской области в процессе создания уникального турпродукта.

Тема 7.

Развитие культурного туризма в Республике Беларусь

Практическое занятие 5

Ключевые понятия:

Минская область, историко-культурный потенциал, развитие региона, культурный туризм, туристская инфраструктура.

Основные вопросы:

1. Историко-культурный потенциал Минской области.

2. Развитие туристской инфраструктуры в Минской области.
3. Предложения по эффективному использованию исторических, культурных, природных и др. ресурсов Минской области в процессе создания уникального турпродукта.

Тема 7.

Развитие культурного туризма в Республике Беларусь

Практическое занятие 6

Ключевые понятия:

Могилевская область, историко-культурный потенциал, развитие региона, культурный туризм, туристская инфраструктура.

Основные вопросы:

1. Историко-культурный потенциал Могилевской области.
2. Развитие туристской инфраструктуры в Могилевской области.
3. Предложения по эффективному использованию исторических, культурных, природных и др. ресурсов Могилевской области в процессе создания уникального турпродукта.

РАЗДЕЛ КОНТРОЛЯ ЗНАНИЙ

РЕПОЗИТОРИЙ БГУКИ

КРИТЕРИИ ОЦЕНКИ ЗНАНИЙ И КОМПЕТЕНЦИЙ СТУДЕНТОВ ПО 10-БАЛЛЬНОЙ ШКАЛЕ

10 баллов - десять:

- систематизированные, глубокие и полные знания по всем разделам учебной программы, а также по основным вопросам, выходящим за ее пределы;
- точное использование научной терминологии (в том числе на иностранном языке), стилистически грамотное, логически правильное изложение ответа на вопросы;
- безупречное владение инструментарием учебной дисциплины, умение его эффективно использовать в постановке и решении научных и профессиональных задач;
- выраженная способность самостоятельно и творчески решать сложные проблемы в нестандартной ситуации;
- полное и глубокое усвоение основной и дополнительной литературы, рекомендованной учебной программой дисциплины;
- умение ориентироваться в теориях, концепциях и направлениях по изучаемой дисциплине и давать им критическую оценку, использовать научные достижения других дисциплин;
- творческая самостоятельная работа на практических занятиях, активное участие в групповых обсуждениях, высокий уровень культуры исполнения заданий.

9 баллов - девять:

- систематизированные, глубокие и полные знания по всем разделам учебной программы;
- точное использование научной терминологии (в том числе на иностранном языке), стилистически грамотное, логически правильное изложение ответа на вопросы;
- владение инструментарием учебной дисциплины, умение его эффективно использовать в постановке и решении научных и профессиональных задач;
- способность самостоятельно и творчески решать сложные проблемы в нестандартной ситуации в рамках учебной программы;
- полное усвоение основной и дополнительной литературы, рекомендованной учебной программой дисциплины;
- умение ориентироваться в основных теориях, концепциях и направлениях по изучаемой дисциплине и давать им критическую оценку;
- самостоятельная работа на практических занятиях, творческое участие в групповых обсуждениях, высокий уровень культуры исполнения

заданий.

8 баллов - восемь:

- систематизированные, глубокие и полные знания по всем поставленным вопросам в объеме учебной программы;
- использование научной терминологии, стилистически грамотное, логически правильное изложение ответа на вопросы, умение делать обоснованные выводы;
- владение инструментарием учебной дисциплины (методами комплексного анализа, техникой информационных технологий), умение его использовать в постановке и решении научных и профессиональных задач;
- способность самостоятельно решать сложные проблемы в рамках учебной программы;
- усвоение основной и дополнительной литературы, рекомендованной учебной программой дисциплины;
- умение ориентироваться в основных теориях, концепциях и направлениях по изучаемой дисциплине и давать им критическую оценку с позиций государственной идеологии (по дисциплинам социально-гуманитарного цикла);
- активная самостоятельная работа на практических занятиях, систематическое участие в групповых обсуждениях, высокий уровень культуры исполнения заданий.

7 баллов - семь:

- систематизированные, глубокие и полные знания по всем разделам учебной программы;
- использование научной терминологии (в том числе на иностранном языке), лингвистически и логически правильное изложение ответа на вопросы, умение делать обоснованные выводы;
- владение инструментарием учебной дисциплины, умение его использовать в постановке и решении научных и профессиональных задач;
- усвоение основной и дополнительной литературы, рекомендованной учебной программой дисциплины;
- умение ориентироваться в основных теориях, концепциях и направлениях по изучаемой дисциплине и давать им критическую оценку;
- самостоятельная работа на практических занятиях, участие в групповых обсуждениях, высокий уровень культуры исполнения заданий.

6 баллов - шесть:

- достаточно полные и систематизированные знания в объеме учебной программы;
- использование необходимой научной терминологии, стилистически

грамотное, логически правильное изложение ответа на вопросы, умение делать обоснованные выводы;

- владение инструментарием учебной дисциплины, умение его использовать в решении учебных и профессиональных задач;
- способность самостоятельно применять типовые решения в рамках учебной программы;
- усвоение основной литературы, рекомендованной учебной программой дисциплины;
- умение ориентироваться в базовых теориях, концепциях и направлениях по изучаемой дисциплине и давать им сравнительную оценку;
- активная самостоятельная работа на практических занятиях, периодическое участие в групповых обсуждениях, высокий уровень культуры исполнения заданий.

5 баллов - пять:

- достаточные знания в объеме учебной программы;
- использование научной терминологии, стилистически грамотное, логически правильное изложение ответа на вопросы, умение делать выводы;
- владение инструментарием учебной дисциплины, умение его использовать в решении учебных и профессиональных задач;
- способность самостоятельно применять типовые решения в рамках учебной программы;
- усвоение основной литературы, рекомендованной учебной программой дисциплины;
- умение ориентироваться в базовых теориях, концепциях и направлениях по изучаемой дисциплине и давать им сравнительную оценку;
- самостоятельная работа на практических занятиях, участие в групповых обсуждениях, высокий уровень культуры исполнения заданий.

4 балла - четыре:

- достаточный объем знаний в рамках образовательного стандарта;
- усвоение основной литературы, рекомендованной учебной программой дисциплины;
- использование научной терминологии, стилистическое и логическое изложение ответа на вопросы, умение делать выводы без существенных ошибок;
- владение инструментарием учебной дисциплины, умение его использовать в решении стандартных (типовых) задач;
- умение под руководством преподавателя решать стандартные (типовые) задачи;
- умение ориентироваться в основных теориях, концепциях и направлениях по изучаемой дисциплине и давать им оценку;
- работа под руководством преподавателя на практических занятиях,

допустимый уровень культуры исполнения заданий.

3 балла - три:

- недостаточно полный объем знаний в рамках образовательного стандарта;
- знание части основной литературы, рекомендованной учебной программой дисциплины;
- использование научной терминологии, изложение ответа на вопросы с существенными лингвистическими и логическими ошибками:
 - слабое владение инструментарием учебной дисциплины, некомпетентность в решении стандартных (типовых) задач;
 - неумение ориентироваться в основных теориях, концепциях и направлениях изучаемой дисциплины;
 - пассивность на практических занятиях, низкий уровень культуры исполнения заданий.

2 балла - два:

- фрагментарные знания в рамках образовательного стандарта;
- знания отдельных литературных источников, рекомендованных учебной программой дисциплины;
- неумение использовать научную терминологию дисциплины, наличие в ответе грубых стилистических и логических ошибок;
- пассивность на практических занятиях, низкий уровень культуры исполнения заданий.

1 балл - один:

- отсутствие знаний и компетенций в рамках образовательного стандарта или отказ от ответа.

ВОПРОСЫ К ЗАЧЕТУ

1. Понятия «культурный туризм», «культурный турист».
2. Основные виды культурного туризма и их особенности.
3. Классификация туризма. Культурный туризм как вид туристской деятельности.
4. Современные тенденции развития культурного туризма.
5. Понятие «историко-культурное наследие». Видовая классификация культурного наследия. Международное законодательство в сфере культурного туризма.
6. Объекты всемирного культурного наследия. Оценка культурных комплексов.
7. Основные принципы охраны объектов историко-культурного наследия.
8. Белорусские памятники в Списке всемирного наследия ЮНЕСКО, их характеристика.
9. Нормативно-правовая база и основы системы регулирования туристской деятельности в РБ. Региональные программы сохранения и использования культурного наследия.
10. Понятие «менеджмент туризма». Туризм как объект управления.
11. Функции менеджмента в туризме.
12. Специфика системы менеджмента туризма.
13. Принципы и методы менеджмента туризма.
14. Эффективность менеджмента туризма.
15. Сущность деятельности туристских организаций.
16. Туристские организации как объект управления.
17. Организационно-экономические аспекты функционирования туристских предприятий.
18. Организационно-правовые основы деятельности туристского предприятия.
19. Понятие «туристская дестинация». Типы туристских дестинаций.
20. Циклы развития туристской дестинации. Стратегии развития туристских дестинаций.
21. Индустрия туризма: сущность понятия, основные компоненты.
22. Понятие культурного продукта в туризме.
23. Специфика формирования концепции культурного продукта в туризме.
24. Продвижение культурных продуктов в сфере туризма.
25. Роль специалистов в организации культурного туризма и обслуживании туристов.
26. Основные этапы разработки маршрута в рамках культурного туризма. Информационное обеспечение культурного туризма.
27. Технологии культурного туризма в современной Беларуси.

28. Оценка историко-культурного потенциала Беларуси как туристского ресурса.
29. Культурно-исторические центры Беларуси их туристский потенциал.
30. Объекты этнографии, народные промыслы как ресурс развития культурного туризма Беларуси.

РЕПОЗИТОРИЙ БГУКИ

ТЕМАТИКА НАУЧНЫХ РАБОТ

(выполняется студентами в неаудиторное время в разных формах –
написание докладов, рефератов)

1. Культурно-историческое наследие как объект культурного туризма.
2. Тенденции развития культурного туризма в современных условиях.
3. Актуализация и основные направления менеджмента туризма в условиях рынка культурных услуг.
4. Инновационные туристские проекты в Республике Беларусь.
5. Туристская анимация как современная технология СКД.
6. Развитие детского туризма в Республике Беларусь.
7. Развитие молодежного туризма в Республике Беларусь.
8. Специфика развития национальной туристической индустрии в условиях глобализации.
9. Технологии разработки туров в культурном туризме.
10. Культурный туризм в системе социализации лиц с ограниченными возможностями здоровья.
11. Этнографический туризм в Республике Беларусь.
12. Законодательство Республики Беларусь, регулирующее сферу туристской деятельности.
13. Художественные фестивали и культурный туризм.
14. Особенности реализации туристических программ для детской возрастной аудитории.
15. Менеджмент и самоменеджмент специалиста туристической сферы.

ВСПОМОГАТЕЛЬНЫЙ РАЗДЕЛ

РЕПОЗИТОРИЙ БГУКИ

УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКАЯ КАРТА УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ
(Дневная форма обучения)

Названия разделов и тем	Количество часов				
	Всего	лекции	семинарские занятия	лабораторные занятия	форма контроля знаний
Тема 1. Культурный туризм как вид туристской деятельности		2	4		
Тема 2. Культурный туризм и мировое культурно-историческое наследие		2	4		письменный опрос
Тема 3. Культурно-исторические центры как туристские дестинации		2	2		реферат
Тема 4. Менеджмент туризма		2	4		письменный опрос
Тема 5. Создание и продвижение культурных продуктов для туризма		2	4		доклад
Тема 6. Индустрия туризма			2		доклад
Тема 6. Развитие культурного туризма в Республике Беларусь		2	12		презентация
Всего	12	32			

ЛИТЕРАТУРА

Основная

1. Биржаков, М.Б. Введение в туризм (3-е изд.)/М.Б.Биржаков. – Москва – Санкт-Петербург: «Издательский дом Герда», 2002. – 320 с.
2. Буйленко, В.Ф. Основы профессиональной деятельности в туризме и экотуризме : учеб.пособие для вузов / В.Ф. Буйленко. — Ростов н/Д : Феникс ; Краснодар : Неоглори, 2008. – 378 с.
3. Дурович, А.П., Бондаренко, Г.А., Сергеева, Т.М. Организация туризма: Учебное пособие/А.П.Дурович, Г.А.Бондаренко, Т.М.Сергеева. – Минск: Новое знание, 2006. – 640 с.
4. Захарова, Л.Н. Феномен туризма: монография/Л.Н.Захарова. – Тюмень: РИЦ ТГАКИСТ, 2010. – 80 с.
5. Кабушкин, Н. И. Менеджмент туризма :Учебник / Н. И. Кабушкин. – 5-е изд. – Минск :Новое знание,2005. – 404 с.
6. Квартальнов, В.А. Туризм: Учебник. – 2-е изд., перераб. – Москва: Финансы и статистика, 2006. – 336 с.
7. Котлер, Ф., Боуэн, Дж., Мейкенз, Дж. Маркетинг. Гостеприимство. Туризм: Учебник для вузов / Ф. Котлер, Дж. Боуэн, Дж. Мейкенз. – М.: Юнити-Дана, 2007. – 1045 с.
8. Культурный туризм: конвергенция культуры и туризма на пороге XXI века. Учебное пособие / Под. ред. Я Брауна, В. Андерсен, В Гордина. – СПб.: Изд-во СПбГУЭФ, 2001. – 212 с.
9. Курило, Л.В. Теория и практика туристской анимации в 2 т: Т.1. Теоретические основы туристской анимации / Л.В. Курило. – М.: Советский спорт, 2006. – 195 с.
10. Никишин, Н.А. Культурный туризм как технология управления региональным развитием. – Режим доступа: <http://www.culturalmanagement.ru>. Дата доступа: 10.12.2017.
11. Пациенко, С.А. Экскурсионная анимация в Республике Беларусь: современное состояние и перспективы развития // Опыт и современные технологии в развитии оздоровительной физической культуры, спортивных игр и туризма (научно-педагогическая школа профессора А.Г. Фурманова): материалы междунар. научно-практ. конф., Минск, 5 июня 2009 г. / УО «Белорусский государственный университет физической культуры, Институт туризма. – Минск: УО «БГУФК», 2009. – 432 с. – С. 367 – 370.
12. Пацыенка, С.А. Магнацкая спадчына як аснова анімацыйных праграм у культурным турызме Рэспублікі Беларусь / С.А. Пацыенка // Культура ваўмовах глабалізацыі : матэрыялы навук. канф., Мінск, 25–26 ліст. 2009 г. / Бел.дзярж. ун-т культуры і мастацтваў; рэд. савет : Б.У. Святлоў (старшыня) [і інш.]. – Мінск, 2010. – С. 141–145.
13. Приезжева, Е. М. Социокультурная анимация в туризме : учеб.метод. пособие / Е.М. Приезжева ; Рос. междунар. акад. туризма.– М.: Турист, 2003. – 63 с.

Дополнительная

1. Воронкова, Л.П. История туризма и гостеприимства / Л.П. Воронкова. – М.: Фаир-Пресс, 2004. – 304 с.
2. Гаранин, Н.И., Булыгина, И.И. Менеджмент туристской и гостиничной анимации / Н.И. Гаранин, И.И. Булыгина. – М.: Советский спорт, 2004. – 127 с.
3. Николайчик, Т.А., Кособуцкая, В.В. Совершенствование рекреационно-анимационной деятельности в санаториях Республики Беларусь / Т.А. Николайчик, В.В. Кособуцкая // Опыт и современные технологии в развитии оздоровительной физической культуры, спортивных игр и туризма / [редколлегия: М.Е. Кобринский (главный редактор) и др.]. – Мн.: БГУФК, 2009. – 432 с.
4. Потаева, Г.Р. Инновации в экскурсионном (познавательном) туризме / Г.Р. Потаева // Сборник методических рекомендаций / Министерство спорта и туризма Республики Беларусь, Департамент по туризму Министерства спорта и туризма Республики Беларусь, Национальное агентство по туризму. – Минск, 2007. – 307 с.
5. Прентис, Ричард. Опыт становления и развития культурного туризма: Учебное пособие / Пер. с англ. – СПб.: Изд-во СПбГУЭФ, 2001. – 232 с.
6. Рябова, Е.В. Социокультурная анимация как средство развития национального туризма в условиях глобализации / Е.В. Рябова // Культура ваўмовах глабалізацыі / [рэдакцыйны савет: Б.У. Святлоў (старшыня) і інш.]. – Мінск: БДУКіМ, 2010. – 259 с.
7. Соколова, М.В. История туризма. Учебное пособие. – Москва: Академия, 2004. – 350 с.
8. Сорокина, А.В. Организация обслуживания в гостиницах и туристических комплексах: Учебное пособие / А.В. Сорокина. – М.: «Альфа-М», 2009. – 304 с.

УТВЕРЖДЕНО
Постановление Совета Министров
Республики Беларусь
от 23 марта 2016г. №232
(в редакции постановления Совета
Министров Республики Беларусь
31.08.2017 № 665)

ГОСУДАРСТВЕННАЯ ПРОГРАММА

”Беларусь гостеприимная“ на 2016 – 2020 годы

ГЛАВА 1 ОБЩИЕ ПОЛОЖЕНИЯ

Анализ выполнения мероприятий Государственной программы развития туризма в Республике Беларусь на 2011 – 2015 годы, утвержденной постановлением Совета Министров Республики Беларусь от 24 марта 2011 г. № 373 (Национальный реестр правовых актов Республики Беларусь, 2011 г., № 37, 5/33538), показал, что поставленные задачи в целом решены, произошли положительные перемены в развитии туристической индустрии.

В 2011 – 2014 годах количество объектов туристической индустрии (средств размещения, санаторно-курортных и оздоровительных учреждений, объектов торговли и общественного питания придорожного сервиса) увеличилось на 391 единицу (2010 год – 1134, 2014 год – 1525).

Улучшилось состояние гостиничной базы. На рынок гостиничных услуг пришли мировые гостиничные сети. Начата работа по развитию сети кемпингов и стоянок для кемперов.

Наиболее успешными проектами за последние несколько лет стали оздоровительный туризм и агроэкотуризм.

Количество санаторно-курортных и оздоровительных организаций увеличилось с 334 в 2010 году до 466 в 2014 году.

В 2014 году в республике насчитывалось 2037 субъектоагроэкотуризма(в 2010 году – 1247 субъектов). Количество агроэкотуристов с 2010 по 2014 год увеличилось в 2,3 раза и составило более 300 тыс. человек.

Количество субъектов туристической деятельности по сравнению с 2010 годом увеличилось на 302 субъекта и составило в 2014 году 1254 субъекта.

В 2013 году в Республике Беларусь введена система возврата налога на добавленную стоимость Tax-Free, которая способствует увеличению числа туристов, притоку иностранной валюты.

В 2014 году страну посетило 137 444 организованных иностранных туриста при плане 175 000 человек (2010 год – 120 073 человека).

Объем экспорта туристических услуг в 2014 году составил 251,3 млн. долларов США при плане 360 млн. долларов США (2010 год – 146,7 млн. долларов США).

Причинами невыполнения показателей стали отсутствие оперативного реагирования субъектов туризма на изменения внутренней и внешней конъюнктуры рынка, снижение темпов роста экономики и курса российского рубля в Российской Федерации как поставщика 70 процентов общего объема экспорта туристических услуг, уменьшение количества транзитных туристов, направляющихся на отдых в Крым и Украину, отказ инвесторов от введения ряда объектов туристической индустрии по причине финансовой несостоятельности (28 объектов), девальвация белорусского рубля, а также отсутствие полного финансирования мероприятий Государственной программы (запланированный объем финансирования на 2011 – 2014 годы – 3 708 970,1 млн. рублей, фактический – 978 144,1 млн. рублей).

На сегодняшний день в сфере туризма существует ряд нерешенных проблем.

По причине отсутствия соответствующей методики, специалистов и необходимого финансирования до настоящего времени в стране не внедрен вспомогательный счет туризма, который позволил бы оценить реальный вклад туризма в экономику страны.

Беларусь является визовой страной для туристов из большинства стран мира, что также не добавляет привлекательности туристическому имиджу страны.

Продвижение туристического продукта страны на внешнем и внутреннем рынках осуществляется недостаточно эффективно. Остается нерешенным вопрос о функционировании туристических информационных центров как внутри страны, так и за рубежом.

Развлекательные и событийные мероприятия проводятся в основном в столице страны и (или) областных городах и имеют сезонную периодичность. Сроки их проведения часто корректируются.

Дома ремесел и музеи, расположенные в регионах, как правило, имеют одинаковую направленность, отсутствует их индивидуальность.

На улицах населенных пунктов практически отсутствуют знаки туристической навигации.

Из 530 гостиниц и аналогичных средств размещения только 54, или около 10 процентов от общего количества, сертифицированы, при этом стоимость проживания в них по сравнению со странами-соседями (Литва, Латвия, Польша и другие) значительно выше, что также является фактором, сдерживающим приток туристов в нашу страну.

Слабо развита инфраструктура туризма (кемпинги, хостелы, объекты питания, придорожного сервиса и другое).

В местах нахождения основных туристических объектов создано недостаточное количество автомобильных парковок, санитарных зон и пунктов по реализации сувенирной продукции.

Невладение иностранным (иностранными) языками обслуживающего персонала, работающего на объектах туризма, также затрудняет нахождение в Республике Беларусь иностранных туристов, особенно в регионах.

ГЛАВА 2

ЦЕЛИ, ЗАДАЧИ И ЦЕЛЕВЫЕ ПОКАЗАТЕЛИ ГОСУДАРСТВЕННОЙ ПРОГРАММЫ. ЗАКАЗЧИКИ ПОДПРОГРАММ.

Государственная программа "Беларусь гостеприимная" на 2016 – 2020 годы (далее – Государственная программа) разработана в соответствии с приоритетами социально-экономического развития Республики Беларусь на 2016 – 2020 годы, одними из которых являются рост и диверсификация экспорта товаров и услуг, обеспечение сбалансированности внешней торговли (экспорт).

Цели Государственной программы – формирование и развитие современного конкурентоспособного туристического комплекса, внесение вклада туризма в развитие национальной экономики.

Ответственным заказчиком Государственной программы является Министерство спорта и туризма.

Государственная программа состоит из подпрограммы 1 "Кадровое, научное и учебно-методическое обеспечение в сфере туризма" и подпрограммы 2 "Маркетинг туристических услуг".

Заказчиком подпрограммы 1 является Министерство спорта и туризма.

Задачи подпрограммы 1:

разработка новых принципов и подходов к формированию и продвижению национального туристического продукта, создание четкой системы управления отраслью;

формирование кадрового, научного и учебно-методического обеспечения туризма.

Выполнение задач подпрограммы 1 позволит повысить качество подготовки специалистов с учетом передового международного опыта, что в свою очередь будет способствовать увеличению численности туристов и экскурсантов, отправленных по маршрутам в пределах территории Республики Беларусь, и росту внутреннего туризма.

Целевыми показателями реализации подпрограммы 1 являются:

численность туристов и экскурсантов, отправленных по маршрутам в пределах территории Республики Беларусь;

численность аттестованных экскурсоводов и гидов-переводчиков;

количество разработанных и обновленных экскурсий и туров.

Заказчиками подпрограммы 2 являются Министерство спорта и туризма, Управление делами Президента Республики Беларусь, областные и Минский городской исполнительные комитеты, открытое акционерное общество "Белагропромбанк", Федерация профсоюзов Беларуси.

Задачи подпрограммы 2:

формирование многоуровневой системы продвижения туристических услуг;

развитие информационной системы комплексной поддержки внутреннего и въездного туризма;

развитие сети туристических информационных центров в регионах республики и за рубежом, в том числе на базе дипломатических представительств и консульских учреждений, а также представительств субъектов хозяйствования.

Целевыми показателями реализации подпрограммы 2 являются:

численность иностранных граждан, посетивших Республику Беларусь;

количество организованных туристов и экскурсантов, посетивших Республику Беларусь;

количество проведенных маркетинговых мероприятий, направленных на продвижение туристического потенциала Республики Беларусь (выставки, презентации, ознакомительные туры).

Основным сводным целевым показателем Государственной программы является экспорт туристических услуг. Сведения о сводном целевом показателе, характеризующем цели Государственной программы, целевых показателях, характеризующих задачи ее подпрограмм, и их значениях указаны в приложении 1.

ГЛАВА 3

АНАЛИЗ ОСНОВНЫХ РИСКОВ

Перспективы развития сферы туризма будут зависеть от степени интенсивности экономического развития страны в целом, стратегий действий по решению задач, поставленных перед сферой туризма.

В ходе реализации Государственной программы возможно возникновение следующих рисков: девальвация белорусского рубля, а также рост темпов инфляции.

В случае возникновения данных рисков мероприятия Государственной программы будут выполнены на 70 – 80 процентов. Сводный целевой показатель объема экспорта туристических услуг будет достигнут на уровне не более 60 процентов к уровню 2015 года.

В целях минимизации указанных рисков планируются перераспределение финансовых средств Государственной программы и финансирование приоритетных мероприятий. На менее значимые мероприятия финансирование выделяться в данный период не будет.

При реализации подпрограммы 1 "Кадровое, научное и учебно-методическое обеспечение в сфере туризма" может возникнуть риск изменения требований рынка к количеству и квалификации специалистов в сфере туризма. Для решения данной проблемы будет проводиться постоянный мониторинг международной ситуации и опыта в данной сфере и оперативная корректировка системы подготовки и переподготовки кадров.

При реализации подпрограммы 2 "Маркетинг туристических услуг" предусматривается оплата выставочных площадей для обеспечения участия в международных туристических выставках и проведения рекламных кампаний и презентаций туристических возможностей в основных странах – импортерах туристических услуг в иностранной валюте. При значительном изменении обменного курса указанные мероприятия будут выполнены частично.

При изменении ситуации на рынке и объемов выделяемого финансирования планируется оперативно пересматривать приоритеты целевых рынков и маркетинговую деятельность не реже одного раза в год (уменьшение количества выставочных мероприятий, тиража издания рекламно-информационных материалов, переориентация на рынки стран-соседей).

ГЛАВА 4

МЕТОДИКА ОЦЕНКИ ЭФФЕКТИВНОСТИ

ГОСУДАРСТВЕННОЙ ПРОГРАММЫ

Оценка эффективности Государственной программы основывается на: степени достижения целей и решения задач Государственной программы;

степени достижения сводного целевого и целевых показателей (индикаторов) Государственной программы, показателей социально-экономического развития Республики Беларусь на 2016 – 2020 годы, установленных документами государственного индикативного планирования;

влиянии внешних и внутренних условий на фактические параметры индикаторов Государственной программы;

степени соответствия фактических затрат их запланированному уровню; эффективности использования государственных средств.

Оценка эффективности Государственной программы базируется на сравнении фактически достигнутых показателей по данным государственных статистических наблюдений за соответствующий период ее реализации, годовых отчетов государственного учреждения "Национальное агентство по туризму" с утвержденными значениями сводного целевого и целевых показателей (индикаторов) для прогнозируемых результатов.

Результаты оценки эффективности реализации Государственной программы включаются в годовой отчет Министерства спорта и туризма о ходе ее реализации. Эффективность реализации Государственной программы оценивается как степень фактического достижения сводного целевого показателя Государственной программы и целевых показателей ее подпрограмм.

Основным источником получения сведений о выполнении сводного целевого и целевых показателей Государственной программы является статистическая отчетность.

Оценка эффективности реализации Государственной программы осуществляется в шесть этапов.

На первом этапе оценивается степень достижения планового значения целевых показателей по формуле

$$СД_{цп} = \frac{СП_{\phi}}{ЦП_{п}},$$

где $СД_{цп}$ – степень достижения планового значения сводного целевого показателя в отчетном периоде;

$СП_{\phi}$ – значение целевого показателя, характеризующего задачу подпрограммы, фактически достигнутое на конец отчетного периода;

$СП_{п}$ – плановое значение целевого показателя, характеризующего задачу подпрограммы.

На втором этапе оценивается степень решения задач отдельной подпрограммы по формуле

$$СР_{п/п} = \frac{СД_{цп}^1 + СД_{цп}^2 + \dots + СД_{цп}^n}{n},$$

где $СР_{п/п}$ – степень решения задач отдельной подпрограммы в отчетном периоде;

$СД_{цп}^1$ – степень достижения планового значения целевого показателя подпрограммы в отчетном периоде;

n – количество целевых показателей отдельной подпрограммы.

На третьем этапе оценивается степень достижения цели Государственной программы. Для этого определяется степень достижения планового значения сводного целевого показателя Государственной программы по формуле

$$СД_{сцп} = \frac{СЦП_{\phi}}{СЦП_{п}},$$

где $СД_{сцп}$ – степень достижения планового значения сводного целевого показателя, характеризующего цели Государственной программы, в отчетном периоде;

$СЦП_{\phi}$ – значение сводного целевого показателя, характеризующего цели Государственной программы, фактически достигнутое на конец отчетного периода;

$СЦП_{п}$ – плановое значение сводного целевого показателя, характеризующего цели Государственной программы.

На четвертом этапе оценивается эффективность реализации отдельной подпрограммы.

Эффективность реализации подпрограммы определяется как отношение степени решения задач отдельной подпрограммы к степени соответствия фактического объема финансирования этой же подпрограммы запланированному объему финансирования в отчетном году:

$$\mathcal{E}_{п/п} = \frac{СР_{п/п}}{\Phi П_{\phi} / \Phi П_{п}},$$

где $\mathcal{E}_{п/п}$ – эффективность реализации отдельной подпрограммы в отчетном периоде;

$СР_{п/п}$ – степень решения задач отдельной подпрограммы в

$\Phi П_{\phi}$ отчетном периоде;

– фактический объем финансирования подпрограммы в отчетном

году;

$\Phi П_{п}$ – плановый объем финансирования подпрограммы в отчетном году.

На пятом этапе оценивается средний уровень степени достижения целей Государственной программы и решения поставленных задач подпрограмм по формуле

$$СУ_{гп} = \frac{СД_{цп}^1 + СД_{цп}^2 + \dots + СД_{цп}^k + СД_{сшп}}{k},$$

где $СУ_{гп}$ – средний уровень степени достижения целей Государственной программы и решения поставленных задач подпрограмм;

$СД_{цп}^k$ – показатели степени достижения планового значения целевых показателей в отчетном периоде, характеризующих степень решения задач подпрограмм;

$СД_{сшп}$ – степень достижения планового значения сводного целевого показателя, характеризующего цели Государственной программы, в отчетном периоде;

k – общее количество сводного целевого и целевых показателей Государственной программы.

На шестом этапе определяется эффективность реализации Государственной программы.

Эффективность реализации Государственной программы определяется как отношение среднего уровня степени достижения целей Государственной программы и решения поставленных задач подпрограмм к степени соответствия фактического объема финансирования Государственной программы запланированному объему финансирования в отчетном году по формуле

$$\mathcal{Э}_{гп} = \frac{СУ_{гп}}{\PhiГП_{ф} / \PhiГП_{п}},$$

где $\mathcal{Э}_{гп}$ – эффективность реализации Государственной программы;

$СУ_{гп}$ – средний уровень степени достижения целей Государственной программы и решения поставленных задач подпрограмм;

$\PhiГП_{ф}$ – фактический объем финансирования Государственной программы в отчетном году;

$\PhiГП_{п}$ – плановый объем финансирования Государственной программы в отчетном году.

Эффективность реализации Государственной программы (подпрограммы) признается высокой, если значение $\mathcal{Э}_{гп}$ ($\mathcal{Э}_{пп}$) составляет не менее 0,95.

Эффективность реализации Государственной программы (подпрограммы) признается средней, если значение $\mathcal{Э}_{гп}$ ($\mathcal{Э}_{пп}$) составляет не менее 0,9.

Эффективность реализации Государственной программы (подпрограммы) признается удовлетворительной, если значение \mathcal{E}_{III} (\mathcal{E}_{III}) составляет не менее 0,8.

В остальных случаях эффективность реализации Государственной программы (подпрограммы) признается неудовлетворительной.

ГЛАВА 5 ФИНАНСОВОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ РЕАЛИЗАЦИИ ГОСУДАРСТВЕННОЙ ПРОГРАММЫ

Финансовое обеспечение реализации Государственной программы согласно приложению 2 предполагается осуществлять за счет республиканского и местных бюджетов с ежегодным уточнением объемов финансирования, а также за счет собственных средств Федерации профсоюзов Беларуси и субъектов хозяйствования.

Общий объем финансирования составит 13 996 065,1 рубля, в том числе:
11 770 045,3 рубля – из республиканского бюджета;
2 156 019,8 рубля – из бюджетов областей и г.Минска;
70 000 рублей – собственные средства Федерации профсоюзов Беларуси.

При подготовке проекта Государственной программы расчет финансовых средств на выполнение комплекса мероприятий Государственной программы согласно приложению 3 произведен исходя из текущих цен 2015 года.

ЗАКОН РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ

25 ноября 1999 г. N 326-3

О ТУРИЗМЕ

Принят Палатой представителей 10 ноября 1999 года
Одобен Советом Республики 18 ноября 1999 года

(в ред. Законов Республики Беларусь от 09.01.2007 N 206-3,
от 16.06.2010 N 139-3, от 22.12.2011 N 326-3, от 18.07.2016 N 410-3)

ГЛАВА 1 ОБЩИЕ ПОЛОЖЕНИЯ

Статья 1. Основные термины, используемые в настоящем Законе, и их определения
(в ред. Закона Республики Беларусь от 16.06.2010 N 139-3)

В настоящем Законе используются следующие основные термины и их определения:
гид-переводчик - физическое лицо, имеющее соответствующую квалификацию для проведения экскурсий на иностранном языке;

маршрут туристического путешествия - спланированный путь следования туриста, экскурсанта, включающий перечень основных мест, последовательно посещаемых туристом, экскурсантом во время совершения туристического путешествия;

нерезиденты Республики Беларусь - физические лица, имеющие постоянное место жительства за пределами Республики Беларусь, а также юридические лица и организации, не являющиеся юридическими лицами, с местом нахождения за пределами Республики Беларусь, созданные в соответствии с законодательством иностранных государств;

субъекты туристической деятельности - туроператоры, турагенты;

субъекты туристической индустрии - субъекты туристической деятельности, а также иные юридические лица, физические лица, в том числе индивидуальные предприниматели, осуществляющие деятельность, связанную с удовлетворением потребностей туристов, экскурсантов, возникающих во время совершения туристического путешествия и (или) в связи с этим туристическим путешествием;

тур - сформированный туроператором для реализации комплекс туристических услуг, включающий не менее двух из следующих трех видов услуг: по перевозке, размещению, иные туристические услуги (по питанию, организации туристического путешествия, экскурсионные и другие услуги), не являющиеся сопутствующими услугам по перевозке или размещению, позволяющие совершить туристическое путешествие;

турагентская деятельность - предпринимательская деятельность юридических лиц или индивидуальных предпринимателей (турагентов) по продвижению, реализации туров, сформированных туроператорами - резидентами Республики Беларусь, участникам туристической деятельности, а также по оказанию отдельных услуг, связанных с организацией туристического путешествия;

туризм - туристическое путешествие, а также деятельность юридических лиц, физических лиц, в том числе индивидуальных предпринимателей, по его организации;

турист - физическое лицо, совершающее туристическое путешествие на период от 24 часов до одного года или осуществляющее не менее одной ночевки в стране (месте) временного пребывания;

(в ред. Закона Республики Беларусь от 18.07.2016 N 410-3)

туристическая деятельность - туроператорская и турагентская деятельность;

туристическая зона - часть территории Республики Беларусь с точно определенными границами, на которой расположены один или несколько туристических ресурсов, включенных в Государственный кадастр туристических ресурсов Республики Беларусь, и которая создана в целях развития въездного и внутреннего туризма, туристической индустрии, охраны и рационального использования туристических ресурсов;

туристическая индустрия - совокупность объектов для размещения туристов, транспортных средств, объектов общественного питания, объектов и средств развлечения, объектов оздоровительного, делового, познавательного и иного назначения, используемых для удовлетворения потребностей туристов, экскурсантов, возникающих во время совершения туристического путешествия и (или) в связи с этим туристическим путешествием;

туристические ресурсы - природные, социально-культурные объекты, в том числе недвижимые материальные историко-культурные ценности, удовлетворяющие духовные потребности туристов, экскурсантов и (или) содействующие укреплению и восстановлению их здоровья;

туристические услуги - услуги по перевозке, размещению, а также иные услуги (по питанию, организации туристического путешествия, экскурсионные и другие услуги), не являющиеся сопутствующими услугами по перевозке или размещению, оказание которых в комплексе услуг, входящих в тур, позволяет совершить туристическое путешествие в соответствии с его целями и потребностями туриста, экскурсанта;

туристическое путешествие - организованное самостоятельно или с помощью субъектов туристической деятельности путешествие (поездка, передвижение, пребывание) физических лиц за пределы их места жительства (места пребывания) с туристической целью;

(в ред. Закона Республики Беларусь от 18.07.2016 N 410-3)

туроператорская деятельность - предпринимательская деятельность юридических лиц (туроператоров) по формированию, продвижению, реализации туров, в том числе сформированных другими туроператорами, включая нерезидентов Республики Беларусь, а также по оказанию отдельных услуг, связанных с организацией туристического путешествия;

участники туристической деятельности - туристы, экскурсанты, а также имеющие намерение заказать, заказывающие либо заказавшие туристические услуги для целей, не связанных с осуществлением предпринимательской деятельности, юридические лица, физические лица, в том числе индивидуальные предприниматели;

экскурсант - физическое лицо, совершающее экскурсию без ночевки в стране (месте) временного пребывания;

экскурсионное обслуживание - деятельность субъектов туристической деятельности, а также иных юридических лиц, физических лиц, в том числе индивидуальных предпринимателей, по подготовке, организации и проведению экскурсий;

экскурсия - туристическое путешествие физических лиц на период менее 24 часов, посещение физическими лицами, в том числе туристами, в познавательных целях туристических ресурсов, других объектов, имеющих художественную, историческую и иную значимость, под руководством экскурсовода, гида-переводчика, иного лица, наделенного правом проведения экскурсий;

экскурсовод - физическое лицо, имеющее соответствующую квалификацию для проведения экскурсий.

Статья 2. Законодательство о туризме

(в ред. Закона Республики Беларусь от 16.06.2010 N 139-3)

Законодательство о туризме основывается на [Конституции](#) Республики Беларусь и состоит из Гражданского [кодекса](#) Республики Беларусь, настоящего Закона и иных актов законодательства.

Если международным договором Республики Беларусь установлены иные правила, чем те, которые предусмотрены настоящим Законом, то применяются правила международного договора.

Статья 2-1. Сфера действия настоящего Закона
(введена [Законом](#) Республики Беларусь от 16.06.2010 N 139-3)

Настоящий Закон регулирует общественные отношения, возникающие при:
осуществлении юридическими лицами, индивидуальными предпринимателями туристической деятельности;

совершении физическими лицами туристических путешествий;
экскурсионном обслуживании;
организации и обеспечении безопасности в сфере туризма.

Действие настоящего Закона не распространяется на общественные отношения, связанные с деятельностью некоммерческих организаций и созданных ими юридических лиц, на которые законодательством возложены функции по организации и проведению в Республике Беларусь и иностранных государствах дней экономики, выставок, ярмарок, презентаций, симпозиумов, конференций, деловых визитов (миссий), мероприятий, направленных на получение образования руководителями и специалистами юридических лиц и индивидуальных предпринимателей.

(в ред. [Закона](#) Республики Беларусь от 22.12.2011 N 326-3)

Статья 3. Организационные формы туризма. Виды туризма. Туристические цели
(в ред. [Закона](#) Республики Беларусь от 18.07.2016 N 410-3)

Организационными формами туризма являются международный и внутренний туризм.

Международный туризм включает в себя:

выездной туризм - туристическое путешествие граждан Республики Беларусь, а также иностранных граждан и лиц без гражданства, постоянно проживающих в Республике Беларусь, за пределы территории Республики Беларусь;

(в ред. [Закона](#) Республики Беларусь от 16.06.2010 N 139-3)

въездной туризм - туристическое путешествие иностранных граждан и лиц без гражданства, за исключением постоянно проживающих в Республике Беларусь, в пределах территории Республики Беларусь.

(в ред. [Закона](#) Республики Беларусь от 16.06.2010 N 139-3)

Внутренний туризм - туристическое путешествие граждан Республики Беларусь, а также иностранных граждан и лиц без гражданства, постоянно проживающих в Республике Беларусь, в пределах территории Республики Беларусь.

(в ред. [Закона](#) Республики Беларусь от 16.06.2010 N 139-3)

Особенности организации отдельных видов туризма (агротуризм, самодельный, социальный, экологический и другие виды) регулируются законодательством.

Туристическими целями являются отдых, оздоровление, познавательные, образовательные, паломнические, деловые, другие цели без занятия трудовой, предпринимательской, иной приносящей доход деятельностью, оплачиваемой и (или) приносящей прибыль (доход) из источника в посещаемой стране (месте).

(часть пятая статьи 3 введена [Законом](#) Республики Беларусь от 18.07.2016 N 410-3)

Статья 4. Государственное регулирование в сфере туризма

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

Президент Республики Беларусь определяет единую государственную политику в сфере туризма.

Совет Министров Республики Беларусь обеспечивает проведение единой государственной политики в сфере туризма.

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

Местные Советы депутатов, исполнительные и распорядительные органы в пределах своей компетенции решают вопросы местного значения в сфере туризма.

Статья 5. Основные принципы государственного регулирования в сфере туризма

Основными принципами государственного регулирования в сфере туризма являются: защита прав и законных интересов физических лиц, в том числе обеспечение их безопасности в сфере туризма;

развитие туризма и внешней торговли туристическими услугами;

(в ред. Закона Республики Беларусь от 16.06.2010 N 139-3)

поддержка малого предпринимательства в сфере туризма;

развитие конкуренции, предупреждение, ограничение и пресечение монополистической деятельности на рынке туристических услуг;

гласность и открытость разработки, принятия и применения мер государственного регулирования в сфере туризма.

Статья 6. Основные цели и приоритетные направления государственного регулирования в сфере туризма

Основными целями государственного регулирования в сфере туризма являются:

обеспечение прав физических лиц на отдых, свободу передвижения и иных прав, реализуемых в сфере туризма;

формирование представления о Республике Беларусь как о стране, привлекательной для туристов, экскурсантов;

(в ред. Закона Республики Беларусь от 16.06.2010 N 139-3)

обеспечение доступности туризма;

рациональное использование туристических ресурсов;

создание необходимых условий для обмена товарами, работами и услугами в сфере туризма в соответствии с международными договорами Республики Беларусь с учетом интересов участников туристической деятельности и субъектов туристической индустрии Республики Беларусь;

развитие туристических зон;

развитие международных контактов.

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

Статья 6-1. Внешняя торговля туристическими услугами
(введена [Законом](#) Республики Беларусь от 16.06.2010 N 139-3)

Внешняя торговля туристическими услугами включает в себя экспорт и импорт туристических услуг.

К экспорту туристических услуг относится внешняя торговля туристическими услугами посредством их оказания белорусскими исполнителями иностранным заказчикам услуг.

К импорту туристических услуг относится внешняя торговля туристическими услугами посредством их оказания иностранными исполнителями белорусским заказчикам услуг.

Внешняя торговля туристическими услугами осуществляется в соответствии с законодательством.

Статья 7. Межведомственный экспертно-координационный совет по туризму при Совете Министров Республики Беларусь

Межведомственный экспертно-координационный совет по туризму при Совете Министров Республики Беларусь создается в целях совершенствования взаимодействия государственных органов, общественных объединений, участников туристической деятельности и субъектов туристической индустрии по вопросам создания благоприятных условий для устойчивого развития туризма в Республике Беларусь, повышения его экономической эффективности, формирования 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 договоров Республики Беларусь и международных программ по вопросам поддержки и развития туризма;

обеспечению и защите интересов участников туристической деятельности и субъектов туристической индустрии в сфере туризма.

[Положение](#) о Межведомственном экспертно-координационном совете по туризму при Совете Министров Республики Беларусь, а также его состав утверждаются Советом Министров Республики Беларусь.

Статья 8. Государственные программы в сфере туризма
(в ред. [Закона](#) Республики Беларусь от 18.07.2016 N 410-3)

Государственные программы в сфере туризма разрабатываются и утверждаются в соответствии с законодательными актами и постановлениями Совета Министров Республики Беларусь.

Статья 8-1. Туристические информационные центры
(введена [Законом](#) Республики Беларусь от 16.06.2010 N 139-3)

В целях содействия развитию международного и внутреннего туризма, формирования и распространения информации о Республике Беларусь и ее туристическом потенциале создаются туристические информационные центры, в том числе за пределами Республики Беларусь.

Туристические информационные центры создаются местными исполнительными и распорядительными органами, иными юридическими и физическими лицами в любой организационно-правовой форме, за исключением потребительского, производственного

кооперативов, крестьянского (фермерского) хозяйства, в соответствии с законодательством.

Туристические информационные центры могут создаваться в виде структурного подразделения юридического лица, в том числе обособленного.

Туристические информационные центры осуществляют сбор, накопление, обработку, анализ и распространение информации о достопримечательностях, памятниках искусства, истории и архитектуры Республики Беларусь, особо охраняемых природных территориях, объектах агроэкотуризма, предлагаемых экскурсиях, культурно-массовых мероприятиях, выставках, фестивалях, расписании движения транспорта, иной информации, необходимой для субъектов туристической деятельности, участников туристической деятельности.

Туристические информационные центры должны быть обозначены информационным знаком, на зеленом фоне которого расположена буква "i" белого цвета и который размещается на вывеске, информационном стенде (табло) по месту нахождения туристического информационного центра.

Порядок и условия создания и функционирования туристических информационных центров определяются Советом Министров Республики Беларусь.

(часть шестая статьи 8-1 введена [Законом](#) Республики Беларусь от 18.07.2016 N 410-3)

ГЛАВА 2 ГОСУДАРСТВЕННЫЙ КАДАСТР ТУРИСТИЧЕСКИХ РЕСУРСОВ РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ. ТУРИСТИЧЕСКИЕ ЗОНЫ

Статья 9. Государственный кадастр туристических ресурсов Республики Беларусь

В Республике Беларусь ведется Государственный кадастр туристических ресурсов Республики Беларусь, в котором содержатся сведения о статусе этих ресурсов, их географическом положении и границах, природопользователях, научной, экономической, экологической и культурной ценности, а также режиме их охраны.

Республиканский орган государственного управления, ответственный за ведение Государственного кадастра туристических ресурсов Республики Беларусь, [порядок](#) его ведения, а также порядок отнесения ресурсов к туристическим определяются Советом Министров Республики Беларусь.

Режим охраны туристических ресурсов и порядок их использования с учетом нормативов допустимой антропогенной нагрузки на окружающую среду определяются в соответствии с законодательством.

Статья 10. Создание туристических зон

Туристические зоны создаются по предложениям государственных органов, юридических лиц, индивидуальных предпринимателей.

Решение о создании туристической зоны принимается Советом Министров Республики Беларусь по согласованию с Президентом Республики Беларусь на основании заключений Министерства спорта и туризма Республики Беларусь, Министерства природных ресурсов и охраны окружающей среды Республики Беларусь, местных исполнительных и распорядительных органов о целесообразности и эффективности ее создания.

[Порядок](#) создания туристических зон определяется Советом Министров Республики Беларусь.

Статья 11. Приоритетные направления, условия и особенности осуществления деятельности в туристических зонах

Приоритетные направления деятельности в туристических зонах, условия и особенности ее осуществления определяются Президентом Республики Беларусь.

Туристическая и иная деятельность, не запрещенная законодательством, осуществляемая в туристических зонах, не должна препятствовать целям создания туристических зон.

ГЛАВА 3 ТУРИСТИЧЕСКАЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ

Статья 12. Исключена.

(статья 12 исключена. - [Закон](#) Республики Беларусь от 22.12.2011 N 326-3)

Статья 13. Права и обязанности участников туристической деятельности

Участники туристической деятельности имеют право на:

необходимую и достоверную информацию о программе туристического путешествия, иную информацию, предусмотренную законодательством о защите прав потребителей, а при международном туризме - также информацию, определенную [частью четвертой](#) статьи 14 настоящего Закона;

(в ред. [Закона](#) Республики Беларусь от 16.06.2010 N 139-3)

свободу передвижения, свободный доступ к туристическим ресурсам с учетом принятых в стране (месте) временного пребывания ограничительных мер;

защиту своих прав как потребителей туристических услуг;

неразглашение сведений о себе, полученных исполнителем договора оказания туристических услуг, договора оказания экскурсионных услуг, и стране (месте) временного пребывания туриста, экскурсанта, если иное не установлено законодательными актами или если участник туристической деятельности не выразил согласия на распространение таких сведений;

(в ред. [Закона](#) Республики Беларусь от 16.06.2010 N 139-3)

обеспечение субъектом туристической деятельности безопасности оказываемых туристических услуг;

возмещение субъектом туристической деятельности причиненных убытков (вреда) в случаях и порядке, установленных законодательством.

Участники туристической деятельности обязаны:

соблюдать законодательство страны (места) временного пребывания, уважать ее политическое и социальное устройство, обычаи, традиции, религии населения;

бережно относиться к окружающей среде, материальным историко-культурным ценностям;

соблюдать правила въезда и выезда страны (места) временного пребывания (стран транзитного проезда);

соблюдать правила личной безопасности;

исполнять условия договора оказания туристических услуг.

Участники туристической деятельности могут иметь иные права и нести иные обязанности в соответствии с законодательством.

Статья 14. Права и обязанности субъектов туристической деятельности

Субъекты туристической деятельности имеют право:

на продвижение и реализацию туров в соответствии с настоящим Законом и иными актами законодательства;

(в ред. [Закона](#) Республики Беларусь от 16.06.2010 N 139-3)

на получение в государственных органах, иных организациях в установленном законодательством порядке информации, необходимой для осуществления их деятельности;

принимать участие в разработке программ в сфере туризма;

(в ред. Закона Республики Беларусь от 18.07.2016 N 410-3)

оказывать отдельные услуги, связанные с организацией туристического путешествия.

(в ред. Закона Республики Беларусь от 16.06.2010 N 139-3)

Туроператоры дополнительно к правам, определенным **частью первой** настоящей статьи, имеют право:

на формирование тура по своему усмотрению, по заказу участников или субъектов туристической деятельности;

определять минимальное количество туристов, экскурсантов, необходимое для совершения туристического путешествия.

(в ред. Закона Республики Беларусь от 16.06.2010 N 139-3)

Субъекты туристической деятельности обязаны:

принимать необходимые меры по соблюдению прав и законных интересов участников туристической деятельности;

предоставлять участникам туристической деятельности необходимую и достоверную информацию о программе туристического путешествия, а также иную информацию, предусмотренную законодательством о защите прав потребителей;

(в ред. Закона Республики Беларусь от 16.06.2010 N 139-3)

обеспечить безопасность туристических услуг, а также провести инструктаж в **порядке**, установленном Министерством спорта и туризма Республики Беларусь, о соблюдении правил личной безопасности туриста, экскурсанта;

(в ред. Закона Республики Беларусь от 16.06.2010 N 139-3)

возместить в случаях и порядке, установленных законодательством, убытки (вред), причиненные участнику туристической деятельности;

исполнять условия договора оказания туристических услуг.

При организации международного туризма субъекты туристической деятельности также обязаны при заключении договора оказания туристических услуг предоставить участникам туристической деятельности следующую информацию:

об основных правилах въезда и выезда страны (места) временного пребывания (стран транзитного проезда), о сборах, уплачиваемых туристом, экскурсантом во время совершения туристического путешествия, в том числе в пунктах пропуска и прибытия (аэропортах, портах и др.);

(в ред. Закона Республики Беларусь от 16.06.2010 N 139-3)

о необходимости предоставления гарантий оплаты оказания медицинской помощи для въезда в страну (место) временного пребывания в случае, если законодательством страны (места) временного пребывания установлены такие требования;

об обычаях, традициях населения страны (места) временного пребывания, о религиозных обрядах, святынях, материальных историко-культурных ценностях, состоянии окружающей среды, санитарно-эпидемиологической обстановке;

(в ред. Закона Республики Беларусь от 18.07.2016 N 410-3)

о телефонах и адресах дипломатических представительств или консульских учреждений государства гражданской принадлежности или обычного места жительства туриста, экскурсанта в стране (месте) временного пребывания либо об иных организациях, в которые можно обратиться для защиты прав и законных интересов туристов, экскурсантов в стране (месте) временного пребывания.

(в ред. Закона Республики Беларусь от 16.06.2010 N 139-3)

Субъекты туристической деятельности могут иметь иные права и нести иные обязанности в соответствии с законодательством.

Статья 14-1. Реестр субъектов туристической деятельности
(введена [Законом](#) Республики Беларусь от 18.07.2016 N 410-3)

В Республике Беларусь в целях учета и систематизации информации о субъектах туристической деятельности формируется реестр субъектов туристической деятельности (далее - реестр).

В реестр включаются сведения о субъектах туристической деятельности, осуществляющих свою деятельность на территории Республики Беларусь.

В реестр включаются следующие сведения о субъекте туристической деятельности:

- наименование субъекта туристической деятельности;
- регистрационный номер в Едином государственном регистре юридических лиц и индивидуальных предпринимателей, учетный номер плательщика (для субъектов туристической деятельности, зарегистрированных в Республике Беларусь);
- обособленные подразделения (филиалы, представительства) юридического лица;
- организационные формы туризма;
- адрес официального сайта в глобальной компьютерной сети Интернет, адрес электронной почты (при их наличии), номер контактного телефона;
- сведения о приостановлении туристической деятельности, сроке такого приостановления;
- наличие добровольной сертификации туристических услуг.

Формирование и ведение реестра осуществляются Министерством спорта и туризма Республики Беларусь в [порядке](#), определенном этим Министерством.

Включение сведений в реестр, внесение изменений и (или) дополнений в сведения, содержащиеся в реестре, и исключение таких сведений из него осуществляются на основании информации субъекта туристической деятельности, которая должна им представляться в Министерство спорта и туризма Республики Беларусь по формам, установленным Министерством спорта и туризма Республики Беларусь.

Представление информации субъектом туристической деятельности в Министерство спорта и туризма Республики Беларусь осуществляется в письменной форме или в виде электронного документа.

Сведения о субъектах туристической деятельности, содержащиеся в реестре, размещаются Министерством спорта и туризма Республики Беларусь на своем официальном сайте в глобальной компьютерной сети Интернет.

Основанием для исключения сведений о субъекте туристической деятельности из реестра является исключение субъекта туристической деятельности из Единого государственного регистра юридических лиц и индивидуальных предпринимателей либо прекращение им туристической деятельности.

Статья 15. Формирование и продвижение тура
(в ред. [Закона](#) Республики Беларусь от 16.06.2010 N 139-3)

Формирование тура включает в себя составление программы туристического путешествия и формирование комплекса туристических услуг, позволяющих совершить туристическое путешествие. К формированию тура также относится приобретение права на реализацию тура либо комплекса туристических услуг, сформированных нерезидентом Республики Беларусь.

Программа туристического путешествия включает в себя информацию:

- о маршруте туристического путешествия, дате и времени начала и окончания туристического путешествия;
- о порядке встречи и проводов, сопровождения туриста, экскурсанта;

о характеристике транспортных средств, осуществляющих перевозку туриста, экскурсанта, сроках стыковок (совмещений) рейсов;

о характеристике объектов для размещения туристов, в том числе их местоположение, классификация по законодательству страны (места) временного пребывания, правила временного проживания, а также иная обязательная информация, установленная законодательством страны (места) временного пребывания;

о порядке обеспечения питания туриста, экскурсанта во время осуществления туристического путешествия;

о перечне и характеристике иных оказываемых туристических услуг.

Комплекс туристических услуг составляют услуги, которые оказывает туроператор самостоятельно и (или) права на которые туроператор приобретает на основе договоров с третьими лицами.

Продвижение тура включает в себя комплекс мер, направленных на формирование спроса на туристические услуги, в том числе посредством рекламы, участия в специализированных выставках, ярмарках, создания интернет-порталов, издания каталогов, буклетов.

Статья 16. Реализация тура

Реализация тура субъекту туристической деятельности осуществляется на основании договора комиссии или иных договоров, не запрещенных законодательством.

Реализация тура участнику (участникам) туристической деятельности осуществляется на основании договора оказания туристических услуг.

Статья 17. Договор оказания туристических услуг

По договору оказания туристических услуг исполнитель (субъект туристической деятельности) обязуется по заданию заказчика (участника туристической деятельности) оказать туристические услуги, а заказчик обязуется их оплатить. К договору оказания туристических услуг применяются правила, установленные законодательством для договора возмездного оказания услуг.

Договором оказания туристических услуг может быть предусмотрено исполнение всех или части обязательств исполнителя по договору третьими лицами. Исполнение обязательств третьими лицами не освобождает исполнителя по договору от ответственности перед заказчиком за неисполнение или ненадлежащее исполнение третьими лицами обязательств по договору оказания туристических услуг.

Договор оказания туристических услуг заключается в письменной форме и кроме существенных условий, определенных законодательством, должен содержать следующие существенные условия:

(в ред. [Закона](#) Республики Беларусь от 16.06.2010 N 139-3)

абзац исключен. - [Закон](#) Республики Беларусь от 16.06.2010 N 139-3;

стоимость туристических услуг, сроки и порядок их оплаты;

сведения об исполнителе, его месте нахождения (месте жительства индивидуального предпринимателя) и банковские реквизиты;

(в ред. [Закона](#) Республики Беларусь от 22.12.2011 N 326-3)

сведения о заказчике, а также о третьих лицах, если договором для них предусмотрено оказание туристических услуг, в объеме, необходимом для оказания туристических услуг;

(в ред. [Закона](#) Республики Беларусь от 18.07.2016 N 410-3)

программу туристического путешествия;

(в ред. [Закона](#) Республики Беларусь от 16.06.2010 N 139-3)

права, обязанности и ответственность сторон;

условия изменения и расторжения договора оказания туристических услуг, порядок урегулирования возникших споров и возмещения причиненных убытков (вреда);

иные условия, относительно которых по заявлению одной из сторон должно быть достигнуто соглашение.

Каждая из сторон вправе потребовать изменения или расторжения договора оказания туристических услуг в связи с существенными изменениями обстоятельств, из которых стороны исходили при его заключении, в соответствии с Гражданским кодексом Республики Беларусь.

(часть четвертая статьи 17 введена Законом Республики Беларусь от 16.06.2010 N 139-3)

Типовая форма договора оказания туристических услуг утверждается Советом Министров Республики Беларусь.

(часть пятая статьи 17 введена Законом Республики Беларусь от 16.06.2010 N 139-3)

Статья 18. Правила оказания туристических услуг

(введена Законом Республики Беларусь от 18.07.2016 N 410-3)

Оказание туристических услуг осуществляется в соответствии с Правилами оказания туристических услуг, утверждаемыми Советом Министров Республики Беларусь.

Статья 19. Качество туристических услуг

Качество туристических услуг должно соответствовать условиям договора оказания туристических услуг, обязательным для соблюдения требованиям технических нормативных правовых актов в области технического нормирования и стандартизации, а при их отсутствии или неполноте - требованиям, обычно предъявляемым к услугам соответствующего типа.

Если законодательством страны (места) временного пребывания предусмотрены обязательные требования к качеству туристических услуг, такие услуги должны быть оказаны с соблюдением этих требований.

Требования, связанные с недостатками качества туристических услуг, предъявляются заказчиком исполнителю договора оказания туристических услуг в соответствии с законодательством.

Статья 20. Односторонний отказ от исполнения обязательств по договору оказания туристических услуг

Заказчик вправе отказаться от исполнения обязательств по договору оказания туристических услуг при условии оплаты исполнителю фактически понесенных им расходов.

Исполнитель вправе отказаться от исполнения обязательств по договору оказания туристических услуг лишь при условии полного возмещения заказчику убытков. При этом, если исполнитель договора оказания туристических услуг отказывается от исполнения обязательств по договору во время совершения туристического путешествия, он обязан по желанию туриста, экскурсанта организовать их возвращение в место начала (окончания) туристического путешествия на условиях, не хуже предусмотренных договором оказания туристических услуг.

(в ред. Закона Республики Беларусь от 16.06.2010 N 139-3)

ГЛАВА 4 ОТДЕЛЬНЫЕ ВОПРОСЫ ОРГАНИЗАЦИИ ЭКСКУРСИОННОГО ОБСЛУЖИВАНИЯ

Статья 21. Экскурсионное обслуживание

Экскурсионное обслуживание осуществляется на основании:

договора оказания туристических услуг, когда оно является частью комплекса (комплексом) туристических услуг, оказываемых во время совершения туристического путешествия или в связи с ним;

(в ред. Закона Республики Беларусь от 16.06.2010 N 139-3)

договора оказания экскурсионных услуг, когда оно осуществляется посредством оказания только услуг экскурсоводов, гидов-переводчиков, иных лиц, наделенных правом проведения экскурсий, в том числе с использованием транспортных средств.

(в ред. Закона Республики Беларусь от 16.06.2010 N 139-3)

Законодательством могут быть установлены случаи, при которых экскурсионное обслуживание осуществляется на основании договоров, не предусмотренных **частью первой** настоящей статьи.

Если договором оказания экскурсионных услуг не предусмотрено иное, договор оказания экскурсионных услуг считается заключенным в надлежащей форме с момента выдачи экскурсанту документа, формируемого кассовым оборудованием и (или) платежным терминалом и подтверждающего оплату за оказываемые услуги независимо от форм расчета, или квитанции либо с момента совершения платежа за экскурсионные услуги посредством автоматизированной информационной системы единого расчетного и информационного пространства Республики Беларусь. Форма бланка квитанции устанавливается Министерством спорта и туризма Республики Беларусь.

(часть третья статьи 21 в ред. Закона Республики Беларусь от 18.07.2016 N 410-3)

Статья 22. Проведение экскурсий на территории Республики Беларусь

При экскурсионном обслуживании экскурсии на территории Республики Беларусь проводят экскурсоводы и гиды-переводчики, прошедшие профессиональную аттестацию, подтверждающую их квалификацию, а также работающие в организациях при проведении экскурсий в данных организациях, иные лица в соответствии с законодательными актами.

Порядок и условия прохождения профессиональной аттестации, подтверждающей квалификацию экскурсоводов, гидов-переводчиков, определяются Советом Министров Республики Беларусь.

Статья 23. Национальный реестр экскурсоводов и гидов-переводчиков Республики Беларусь

В Республике Беларусь ведется Национальный реестр экскурсоводов и гидов-переводчиков Республики Беларусь, в который включаются сведения об экскурсоводах и гидах-переводчиках, прошедших профессиональную аттестацию, подтверждающую их квалификацию.

Республиканский орган государственного управления, ответственный за ведение Национального реестра экскурсоводов и гидов-переводчиков Республики Беларусь, и **порядок** ведения Национального реестра экскурсоводов и гидов-переводчиков Республики Беларусь определяются Советом Министров Республики Беларусь.

ГЛАВА 5

БЕЗОПАСНОСТЬ В СФЕРЕ ТУРИЗМА. ОТВЕТСТВЕННОСТЬ ЗА НАРУШЕНИЕ ЗАКОНОДАТЕЛЬСТВА О ТУРИЗМЕ

(в ред. Закона Республики Беларусь от 18.07.2016 N 410-3)

Статья 24. Общие вопросы безопасности в сфере туризма

Под безопасностью в сфере туризма понимаются сохранность жизни, здоровья, имущества туристов, экскурсантов, нанесение вреда окружающей среде при совершении туристических путешествий.

(в ред. Закона Республики Беларусь от 16.06.2010 N 139-3)

Министерство спорта и туризма Республики Беларусь информирует субъектов и участников туристической деятельности о странах (местах), посещение которых в данное время представляет угрозу безопасности туристов, экскурсантов, посредством размещения соответствующих сведений в республиканских средствах массовой информации.

(в ред. Закона Республики Беларусь от 16.06.2010 N 139-3)

Статья 25. Обеспечение безопасности туристов, экскурсантов в случае возникновения чрезвычайных ситуаций

(в ред. Закона Республики Беларусь от 16.06.2010 N 139-3)

В случае возникновения чрезвычайных ситуаций в пределах территории Республики Беларусь государство принимает меры по охране жизни, здоровья и имущества туристов, экскурсантов.

(в ред. Закона Республики Беларусь от 16.06.2010 N 139-3)

В случае возникновения чрезвычайных ситуаций за пределами территории Республики Беларусь при международном выездном туризме государство принимает меры по охране жизни, здоровья и имущества туристов, экскурсантов, в том числе меры по их эвакуации из страны (места) временного пребывания.

(в ред. Закона Республики Беларусь от 16.06.2010 N 139-3)

Статья 26. Предоставление гарантий оплаты оказания медицинской помощи туристам, экскурсантам

(в ред. Закона Республики Беларусь от 16.06.2010 N 139-3)

Субъект туристической деятельности по желанию участника туристической деятельности обязан обеспечить предоставление гарантий оплаты оказания медицинской помощи туристам, экскурсантам для въезда в страну (место) временного пребывания, если законодательством страны (места) временного пребывания установлены такие требования.

(в ред. Закона Республики Беларусь от 16.06.2010 N 139-3)

Основной формой предоставления гарантий оплаты оказания медицинской помощи туристам, экскурсантам является страхование жизни и здоровья.

(в ред. Закона Республики Беларусь от 16.06.2010 N 139-3)

Статья 27. Ответственность за нарушение законодательства о туризме

(введена Законом Республики Беларусь от 18.07.2016 N 410-3)

Нарушение законодательства о туризме влечет за собой ответственность в соответствии с законодательными актами.

Президент Республики Беларусь

А.Лукашенко