ПЛАНЫ ПРАКТИЧЕСКИХ ЗАНЯТИЙ, ВОПРОСЫ ДЛЯ ПОВТОРЕНИЯ И КОНКРЕТНЫЕ СИТУАЦИИ ДЛЯ ОБСУЖДЕНИЯ ПО УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЕ «ГЕОЭКОНОМИКА ТУРИСТИЧЕСКОЙ ИНДУСТРИИ»

**Тема 1. Теоретические основы геоэкономики туристической индустрии**

*Цель занятий*: рассмотреть предмет, сущность и задачи дисциплины «Геоэкономика».

*Основные вопросы:*

* Туризм в глобальной геоэкономической системе
* Интерпретация туризма в экономической и географической науках
* Межотраслевой туристический комплекс
* Территориальная рекреационная система и ее системные характеристики
* Туристическая дестинация как объект геоэкономики туристической индустрии
* Типология туристических дестинаций
* Аттракционный пункт как локальная туристическая дестинация
* Сущность туристическо-рекреационного районирования
* Районирование мира Всемирной туристической организации
* Туристическое районирование Беларуси
* Геоэкономические системы туризма

Методические рекомендации для самостоятельной подготовки

При изучении вопросов темы и выполнения задания особое внимание уделите понятиям «туристическая отрасль», «туристическая индустрия», «туристический комплекс», «туристическая дестинация», а также основным характеристикам территориальной рекреационной системы (ТРС), роли ТРС как каркаса дестинации и типология туристических дестинаций.

*Задания:*

1. Оформите задание «Районирование мира Всемирной туристической организации» (приложите карту).

Задание выполняется в письменной форме после изученных теоретических вопросов.

1. Выделите критерии определения туристических регионов.
2. Проведите сравнительный анализ 2-х стран на выбор из одного мезорегиона:
* Определить сходство и различия туристичесого комплекса выбранных стран.
* Исходя из анализа основных показателей развития туризма, выделить тип мезорегиона:
* центр развития международного туризма;
* зона интенсивного развития;
* периферийная зона экстенсивного развития;
* периферийная зона в состоянии стагнации.

*Методические рекомендации для выполнения задания*

Выполните задание по следующей схеме:

1. Сделайте легенду карты, на которой укажите названия всех туристических мезорегионов согласно районирования Всемирной туристической организации. Каждый элемент легенды должен иметь свой цвет.
2. Раскрасьте карту в соответствии с легендой.
3. На выполнение задания дается максимум 20 минут.

**Районирование мира по ЮНВТО: (макрорегион-мезорегионы-страны)**

1. **АФРИКА**

*Северная Африка:* Алжир, Марокко, Судан, Тунис

*Западная Африка:* Бенин, Буркина-Фасо, Кабо-Верде, Кот-д'Ивуар, Гамбия, Гана, Гвинея, Гвинея-Бисау, Либерия, Мали, Мавритания, Нигер, Нигерия, Сенегал, Сьерра-Леоне, Того, о. Святая Елена

*Центральная Африка:* Ангола, Камерун, ЦАР, Чад, Конго, Демократическая Республика Конго, Экваториальная Гвинея, Габон, Сан-Томе и Принсипи

*Восточная Африка:* Бурунди, Коморские о-ва, Джибути, Эритрея, Эфиопия, Кения, Мадагаскар, Малави, о-в Маврикий, Мозамбик, о-в Реюньон, Руанда, Сейшельские о-ва, Сомали, Танзания, Уганда, Замбия, Зимбабве

*Южная Африка:* Ботсвана, Лесото, Намибия, Южно-Африканская Республика, Свазиленд

1. **АМЕРИКА**

*Северная Америка:* Канада, Гренландия, Гавайи, Мексика, о-ва Сен-Пьер и Микелон, США

*Центральная Америка:* Белиз, Коста-Рика, Сальвадор, Гватемала, Гондурас, Никарагуа, Панама

*Южная Америка:* Аргентина, Боливия, Бразилия, Чили, Колумбия, Эквадор, Фолклендские о-ва, Гвиана (Фр.), Гайана, Парагвай, Перу, Суринам, Уругвай, Венесуэла

*Карибский регион:* Ангилья, Антигуа и Барбуда, Аруба, Багамские о-ва, Барбадос, Бермудские о-ва, Британские Виргинские о-ва, Каймановы о-ва, Куба, Доминика, Доминиканская Республика, Гренада, Гваделупа, Гаити, Ямайка, Мартиника, Монтсеррат, Нидерландские Антильские о-ва, Пуэрто-Рико, Сент-Китс и Невис, Сент-Люсия, Сент-Винсент и Гренадины, Тринидад и Тобаго, о-ва Теркс и Кайкос, Виргинские о-ва (США).

1. **Aзиатско-Tихоокеанский** **Pегион**

*Северо-Восточная Азия:* Китай, Гонконг (Китай), Япония, Корейская Народно-Демократическая Республика, Республика Корея, Макао (Китай), Монголия, Тайвань (провинция Китая)

*Юго-Восточная Азия:* Бруней, Камбоджа, Индонезия, Лаос, Малайзия, Мьянма, Филиппины, Сингапур, Таиланд, Вьетнам

*Южная Азия:* Афганистан, Бангладеш, Бутан, Индия, Иран, Мальдивские острова, Непал, Пакистан, Шри-Ланка

*Австралазия:* Австралия, Новая Зеландия

*Микронезия:* Гуам, атолл Джонстон, Кирибати, Маршалловы о-ва, Федеративные Штаты Микронезии, о-ва Мидуэй, Науру, Северные Марианские о-ва, Палау, о-в Уэйк

*Меланезия:* Фиджи, Новая Каледония, Папуа-Новая Гвинея, Соломоновы о-ва, Вануату

*Полинезия:* Американское Самоа, о-ва Кука, Французская Полинезия, Ниуэ, Питкэрн, Самоа, Токелау, Тонга, Тувалу, Уоллис и Футуна

1. **ЕВРОПА**

*Северная Европа:* Шетландские о-ва, Дания, Фарерские о-ва, Финляндия, Исландия, Ирландия, о-в Мэн, Норвегия, о-ва Свальбард, Швеция, Великобритания

*Центрально-Восточная Европа:* Армения, Азербайджан, Беларусь, Болгария, Чешская Республика, Эстония, Грузия, Венгрия, Казахстан, Киргизстан, Латвия, Литва, Республика Молдова, Польша, Румыния, Российская Федерация, Словакия, Таджикистан, Туркменистан, Украина, Узбекистан

*Западная Европа:* Австрия, Бельгия, Франция, Германия, Лихтенштейн, Люксембург, Монако, Нидерланды, Швейцария

*Южная Европа:* Албания, Андорра, Босния и Герцеговина, Хорватия, Греция, Италия, Мальта, Португалия, Сан-Марино, Словения, Испания, Македония, Сербия, Черногория.

*Восточное Средиземноморье:* Кипр, Израиль, Турция

1. **БЛИЖНИЙ ВОСТОК**

Бахрейн, Египет, Ирак, Иордания, Кувейт, Ливан, Ливия, Оман, Палестина, Катар, Саудовская Аравия, Сирия, Объединенные Арабские Эмираты, Йемен.

**Тема 2. Факторы развития туризма и формирования доходов туристической индустрии**

*Цель занятий*: рассмотреть механизм развития туризма как рынка сбыта услуг туристической индустрии.

*Основные вопросы:*

* Социально-экономические факторы развития туризма
* Туристические ресурсы дестинаций (материальные и нематериальные).
* Геоэкономические факторы формирования доходов туристической индустрии
* Формирование туристической ренты как добавочной прибыли предприятий туристической индустрии
* Методика определения туристической ренты и рентной оценки туристических ресурсов
* Источники валютных поступлений от международного туризма и их преимущества по сравнению с традиционным экспортом
* Туристический баланс и его влияние на торговый баланс
* Мультипликативный эффект развития туристической индустрии

*Задания:*

1. На основе представленных данных сделать группировку стран по характеру влияния международного туризма на внешнюю торговлю (млн.долл)

Вариант 1

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| № | Регион и страна  | Внешнеторговый оборот (млн. дол.) | Доходы от межд. туризма (млн. дол.) | Расходы населения на туризм (млн. дол.) | Тур. Сальдо (млн.) |
| Экспорт | Импорт |
| 1 | Сингапур | 358 400 | 373 000 | 4362 | 1381  | +2981  |
| 2 | Израиль | 54 310 | 55 600 | 1382 | 1485 | -103 |
| 3 | Индонезия | 146 300 | 127 100 | 2105 | 886 | +1219 |
| 4 | Индия | 294 100 | 467 500 | 1437 | 425 | +1012 |
| 5 | Иордания | 7 333 | 12 970 | 500 | 419 | +81 |
| 6 | Кипр | 2 232 | 7 962 | 1258 | 162 | +1096 |
| 7 | Китай | 2 210 000 | 1 950 000 | 2218 | 470 | +1748 |
| 8 | Южная Корея  | 557 300 | 514 200 | 3559 | 3166 | +393 |
| 9 | Макао  | 950 | 4 500 | 139 | 708 | -569 |
| 10 | Малайзия | 210 300 | 156 600 | 1667 | 4473 | -2806 |
| 11 | Германия | 1 493 000 | 1 233 000 | 10 683  | 29 836  | -19153  |

Вариант 2

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| № | Регион и страна  | Внешнеторговый оборот (млн. дол.) | Доходы от межд. туризма (млн. дол.) | Расходы населения на туризм (млн. дол.) | Тур. Сальдо (млн.) |
| Экспорт | Импорт |
| 1 | Таиланд | 191 300 | 161 300 | 4326 | 854 | +3472 |
| 2 | Турция | 120 900 | 177 300 | 3349 | 520 | +2829 |
| 3 | Япония | 697 000 | 766 600 | 3578 | 24928 | -21350 |
| 4 | Багамские о-ва | 674 | 2 401 | 1333 | 196 | +1137 |
| 5 | Доминик. Респ. | 6 161 | 14 530 | 750 | 144 | +606 |
| 6 | Канада | 458 700 | 471 000 | 6374 | 8390 | -2016 |
| 7 | Мексика | 298 500 | 370 700 | 5324 | 5379 | -55 |
| 8 | Пуэрто-Рико | 46 900 | 29 100 | 1367 | 647 | +720 |
| 9 | США | 1 575 000 | 2 273 000 | 40579 | 38671 | +1908 |
| 10 | Аргентина | 68 010 | 52 610 | 1975 | 1171 | +804 |
| 11 | Греция | 21 140 | 44 900 | 2587 | 1088 | +1499 |

Вариант 3

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| № | Регион и страна  | Внешнеторговый оборот (млн. дол.) | Доходы от межд. туризма (млн. дол.) | Расходы населения на туризм (млн. дол.) | Тур. Сальдо (млн.) |
| Экспорт | Импорт |
| 1 | Бразилия | 201 900 | 181 700 | 1444 | 1559 | -115 |
| 2 | Уругвай | 7 413 | 8 519 | 261 | 111 | +150 |
| 3 | Марокко | 14 490 | 34 190 | 1259 | 184 | +1075 |
| 4 | Тунис | 16 110 | 20 020 | 953 | 179 | +774 |
| 5 | ЮАР | 76 860 | 77 040 | 815 | 1065 | –254 |
| 6 | Австрия | 157 400 | 173 000 | 13017 | 6212 | +6805 |
| 7 | Бельгия | 284 200 | 285 100 | 3575 | 5445 | –1870 |
| 8 | Болгария | 19 330 | 22 780 | 394 | 190 | +1250 |
| 9 | Великобритания | 813 000 | 782 500 | 13935 | 17614 | –3679 |
| 10 | Венгрия | 93 740 | 87 440 | 1000 | 600 | +400 |
| 11 | Дания | 99 370 | 90 830 | 3322 | 3676 | –354 |

Вариант 4

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| № | Регион и страна  | Внешнеторговый оборот (млн. дол.) | Доходы от межд. туризма (млн. дол.) | Расходы населения на туризм (млн. дол.) | Тур. Сальдо (млн.) |
| Экспорт | Импорт |
| 1 | Ирландия | 115 700 | 70 360 | 1447 | 1159 | +288 |
| 2 | Испания | 458 000 | 431 000 | 18593 | 4254 | +14339 |
| 3 | Италия | 474 000 | 435 800 | 19742 | 13826 | +5916 |
| 4 | Нидерланды | 551 000 | 477 800 | 3615 | 7340 | –3725 |
| 5 | Норвегия | 137 000 | 74 020 | 1517 | 3413 | –1896 |
| 6 | Польша | 160 800 | 170 200 | 266 | 220 | +46 |
| 7 | Португалия | 46 270 | 68 220 | 3556 | 867 | +2689 |
| 8 | Румыния | 51 910 | 59 840 | 106 | 103 | +3 |
| 9 | Франция | 578 300 | 659 800 | 20185 | 12424 | +7761 |
| 10 | Швейцария | 232 600 | 226 300 | 6839 | 5989 | +850 |
| 11 | Австралия | 210 900 | 195 200 | 3635 | 4120 | –485 |

1. На основе представленных данных сделать экономическую оценку туристических ресурсов дестинации.

|  |  |
| --- | --- |
| Показатель  | Значение |
|
| Расходы посетителей в дестинации, тыс.долл | 3116 |
| Расходы посетителей в местах постоянного жительства за период, равный периоду пребывания в дестинации, тыс.долл | 1530 |
| Норматив ренты в структуре чистых туристических расходов, % | 31 |
| Средняя банковская ставка валютных вкладов, % | 4 |

Для выполнения задания используйте методологию определения туристической ренты и рентной оценки туристических ресурсов методом капитализации.

**Тема 3. Концептуальные основы конкурентоспособности туристических дестинаций**

*Цель занятий*: проанализировать конкурентоспособность стран как туристических дестинаций, а также изучить теории развития международного туристического рынка.

*Основные вопросы:*

* Теории развития международного туристического рынка
* Модели поляризации мирового туристического рынка
* Оценка конкурентоспособности туристической дестинации на основе модели «национального ромба» М.Портера
* Компетентостная модель конкурентоспособности туристического комплекса дестинации

*Задания:*

1. Сделать оценку положения дестинации в иерархической структуре мирового туристического рынка согласно модели «центра», «полупериферии» и «периферии».

Страны на выбор:

Израиль, Армения, Беларусь, Болгария, Венгрия, Киргизстан, Литва, Республика Молдова, Польша, Российская Федерация, Словакия, Австрия, Бельгия, Франция, Германия, Нидерланды, Швейцария, Албания, Греция, Италия, Мальта, Сан-Марино, Словения, Испания, Македония, Сербия, Черногория, Кипр, Турция, Египет, Ирак, Палестина, Катар, Саудовская Аравия, Сирия, Объединенные Арабские Эмираты, Йемен

1. С помощью модели «национального ромба» М.Портера произведите оценку конкурентоспособности туристического комплекса Республики Беларусь.

**Тема 4. Изучение туристических потоков и рынков сбыта услуг туристической индустрии**

*Цель занятий*: освоить методы изучения туристических потоков, научиться выявлять основные и перспективные географические рынки сбыта услуг туристической индустрии, освоить методику расчета индекса туристической избирательности и методику расчета индекса приоритетности рынка сбыта турпродукта дестинации.

*Основные вопросы:*

* Статистические показатели туристических потоков
* Методика расчета индекса туристической избирательности, ее преимущества и недостатки
* Методика расчета индекса приоритетности рынка сбыта турпродукта дестинации, ее преимущества и недостатки

*Задания:*

1. Рассчитайте индексы приоритетности рынков сбыта турпродукта Беларуси за 2010 (вариант А) и 2015 (вариант Б) гг. На основании полученных данных проранжируйте изменения по приоритетности рынков сбыта турпродукта Беларуси

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| Ранг по индексу  | Страна | Индекс  |
| 2007 | 2008 | 2010 | 2015 | 2007 г. | 2008 г. | 2010 | 2015 |
| 2 | 1 |  |  | Турция | 13,688 | 20,242 |  |  |
| 1 | 2 |  |  | Россия | 15,739 | 20,121 |  |  |
| 3 | 3 |  |  | Украина | 4,169 | 3,073 |  |  |
| 5 | 4 |  |  | Польша | 3,032 | 1,983 |  |  |
| 7 | 5 |  |  | Финляндия | 1,468 | 1,801 |  |  |
| 4 | 6 |  |  | Израиль | 4,113 | 1,396 |  |  |
| 6 | 7 |  |  | Италия | 1,661 | 1,119 |  |  |
| 8 | 8 |  |  | Чехия | 1,255 | 1,070 |  |  |
| 14 | 9 |  |  | Болгария | 0,602 | 0,869 |  |  |
| 15 | 10 |  |  | Франция | 0,494 | 0,663 |  |  |
| 19 | 11 |  |  | Великобритания | 0,368 | 0,641 |  |  |
| 18 | 12 |  |  | Австрия  | 0,370 | 0,611 |  |  |
| 10 | 13 |  |  | Германия | 0,825 | 0,607 |  |  |
| 16 | 14 |  |  | Швейцария | 0,470 | 0,492 |  |  |
| 11 | 15 |  |  | Швеция | 0,626 | 0,431 |  |  |
| 13 | 16 |  |  | Индия | 0,602 | 0,391 |  |  |
| 17 | 17 |  |  | Испания | 0,404 | 0,250 |  |  |
| 9 | 18 |  |  | Бельгия  | 0,826 | 0,248 |  |  |
| 20 | 19 |  |  | Норвегия | 0,234 | 0,221 |  |  |
| 12 | 20 |  |  | Нидерланды | 0,604 | 0,210 |  |  |

Индекс приоритетности рынка сбыта турпродукта дестинации рассчитывается по следующей формуле:

*Ir = (Rij / Dj) / (Ri / Rw),*

*или Ir = (Rij × Rw) / (Ri × Dj),*

где *Ir* — индекс приоритетности рынка сбыта турпродукта дестинации; *Rij* — расходы иностранных посетителей из страны *i* в стране *j*; *R*w — совокупные мировые туристические расходы; *Ri* — общий объем международных туристических расходов населения страны *i* (импорт туристических услуг страной *i*); *Dj* — доходы от международного туризма в стране *j*.

*Методические рекомендации для самостоятельной подготовки:*

Расчет осуществляется по данным национальной статистики и данным ЮНВТО.

**Вопросы для самоконтроля**

1. Кто, согласно рекомендациям ЮНВТО, является туристом или однодневным посетителем?

2. Что такое «туристический спрос»? Какой спрос называют реальным, какой – потенциальным?

3. Какой туристический поток является организованным, а какой – неорганизованным? В чем отличие организованного въездного турпотока от организованного выездного?

4. Перечислите и охарактеризуйте основные группы методов изучения туристических потоков.

5. Опишите особенности южно-тирольской статистики туризма?

6. Какие показатели характеризуют величину, динамику и географическую структуру туристического потока в дестинацию? Какими графическими способами можно их отобразить?

7. Как рассчитывается индекс туристической избирательности и что он показывает?

8. Как рассчитывается индекс приоритетности рынка сбыта турпродукта дестинации и что он показывает?

9. Какие преимущества дают индексы туристической избирательности и локализации туристических расходов по сравнению с абсолютными и процентными показателями в процессе анализа географических рынков сбыта туристических дестинаций?

**Тема 5. Дестинация как объект предпринимательства и субъект конкуренции**

*Цель занятий*: изучить жизненные циклы туристических дестинаций, а также понятие стратегического планирования развития туристической индустрии дестинации и освоить принципы формирования кластеров туристической индустрии.

*Основные вопросы:*

* Модель развития рекреационных территорий Ю.А.Веденина
* Концепция эволюционного цикла туристического региона Р.В.Батлера
* Модель жизненного цикла дестинации Т.Бигера
* Стратегическое планирование развития туристической индустрии дестинации
* Кластеры туристической индустрии и подходы их проектирования

*Методические рекомендации для самостоятельной подготовки:*

При подготовке к данной теме изучить потенциал туристичесих регионов Беларуси на вопрос возможности создания туристичесих кластеров.

**Тема 6. Продвижение турпродукта дестинаций**

*Цель занятий*: изучить структуру маркетингового туристического пространства, организацию маркетинга туристических дестинаций, карт-систему формирования и продвижения услуг туристической индустрии, а также брендинг туристических дестинаций и использование возможностей Интернета для продвижения бренда туристической дестинации и услуг туристической индустрии региона.

*Основные вопросы:*

* Структура маркетингового туристического пространства
* Организация маркетинга туристических дестинаций
* Карт-система формирования и продвижения услуг туристической индустрии
* Брендинг туристических дестинаций
* Формы и методы продвижения дестинаций в интернет

*Методические рекомендации для самостоятельной подготовки:*

При подготовке к данной теме изучить возможность создания карт-системы в Минске.

**Тема 7. Обоснование схем территориальной организации туристической индустрии дестинации**

*Основные вопросы:*

* Территориальная организация туристической индустрии Республики Беларусь и ее проблемы
* Построение иерархической модели туристической дестинации
* Моделирование туристических кластеров дестинации
* Разработка карт-системы продвижения туристической дестинации
* Применение методов мифотворчества туристических ресурсов и брендинга туристической дестинации
* Обоснование оптимальной вместимости объектов туристической индустрии дестинации
* Оценка сезонности и пропускной способности туристической индустрии дестинации

*Задания:*

1. Провести подробный анализ туристической зоны на выбор (Таблица – См. «Постановление Совета Министров Республики Беларусь от 30 мая 2005 г. №573 «О создании туристических зон») согласно районообразующим факторам.

Задание выполняется в письменной форме после изученных теоретических вопросов.

1. Оцените перспективность развития в данной зоне туристической индустрии, используя методику балльной оценки. Выполняется в виде таблицы.

Анализируемые факторы:

* Наличие туристических ресурсов
* Транспортная доступность для туристов (географическое положение по отношению к центрам туристического спроса, конфигурация туристическо-транспортных коммуникаций)
* географическое положение по отношению к дестинациям-конкурентам

Сгруппируйте туристические центры (малые города) рассматриваемой зоны по степени перспективности их развития как туристичесих дестинаций. Выполняется в виде таблицы.

Таблица – Состав туристических зон Республики Беларусь

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| Область | Название туристичесой зоны | Район, город |
| 1 | 2 | 3 |
| БрестскаяВитебская | 1. Еврорегион «Беловежская пуща»2. Туристичесо-рекреационная зона «Белое озеро» еврорегиона «Буг»3. Культурно-туристичесая зона «Пинское Полесье» 4. Транзитно-туристичесая зона «Брест – Барановичи – граница области»5. Телеханская туристичесо-рекреационная зона6. Витебская культурно-туристичесая зона с центром в г. Витебске7. Полоцкая культурно-туристичесая зона с центром в г. Полоцке  | Каменецкий,ПружанскийБрестский, МалоритскийГанцевичский, Дрогиченский,Ивановский,Лунинецкий,Пинский,Столинский,г. ПинскБарановичскийБерезовский, Жабинковский,Ивацевичский,Кобринский, Ляховичский,г. Брест,г. БарановичиГанцевичский,ИвацевичскийВитебский, Бешенковичский, Городоский, Лиозненский, Сенненский, Шумилинский,г. ВитебскПолоцкий,Верхнедвинский, Докшицкий, Лепельский, Россонский, Ушачскийг.Полоцк |
| Гомельская ГродненскаяМинскаяМогилёвскаяМинск  | 8. Туристичесая зона «Браславские озера» с центром в г. Браславе9. Оршанско-Копысская культурно-туристичесая зона с центром в г. Орше – региональный туристичесий центр с филиалом в г.п. Копысь10.Гомельско-Ветковская культкрно-туристичесая зона 11. Полесско-Туровская культурно-туристичесая зона12. Чечерская культурно-туристичесая зона13. Жлобинская культурно-туристичесая зона14. Гродненская культурно-туристичесая зона15. Новогрудская культурно-туристичесая зона16. Слонимская культурно-туристичесая зона17. Минская туристичесая зона18. Логойская туристичесая зона19. Нарочанская туристичесая зона20.Борисовская туристичесая зона21. Слуцкая туристичесая зона22.Могилёвская туристичесая зона с центром в г. Могилёве23. Мстиславская туристичесая зона с центром в г. Мстиславе24. Бобруйская туристичесая зона с центром в г. Бобруйске25. Шкловская туристичесая зона с центром в г.Шклове26. Минская культурно-туристичесая зона «Исторический центр города Минска – Верхний город, Троицкое предместье, Раковское предместье, Минское замчище»27. Лошицкий усадебно-парковый комплек. | БраславскийГлубокский, Миорский, ПоставскийШарковщинскийг. Браслав Оршанский,Дубровенский,Толочинский, Чашникский,г. Новолукомльг.Орша г.п. КопысьГомельский, Ветковский, ДобрушскийМозырский, Калинковичский, Житковичский, Наровлянский, ПетриковскийЧечерскийЖлобинский, Светлогорский,РогачевскийГродненский, Лидский, Берестовицкий, Щучинский, г. Гродно, г. ЛидаНовогрудский, Сморгонский, Кореличский, Ивьевский, Дятловский, Вороновский, Ошмянский, ОстровецкийСлонимский, Волковысский, Мостовский, Свислочский, ЗельвенскийМинский, Дзержинский, Столбцовский, Несвижский, Узденский, Клецкий,г. ЗаславьЛогойский, Смолевичский, Червенский, Пуховичский, г. ЖодиноМолодеченский,Вилейский,Мядельский, Воложинский,г. МолодечноБорисовский, Крупский, Березенский, г. БорисовСлуцкий, Солигорский, Любанский, Стародорожский, Копыльский, г. Слуцк,г. СолигорскМогилёвский, Славгородский, Чаусский, Быховский, Дрибинский,г.МогилёвМстиславский, Кричевский, Климовичский, Костюковичский, Краснопольский, Хотимский, Чериковский,г.МстиславБобруйский, Осиповичский, Кировский, Кличевский, Глусский,г.БобруйскШкловский, Круглянский, Горецкий, Белыничский,г.Шклов |

(**Прим.** – см. «Постановление Совета Министров Республики Беларусь от 30 мая 2005 г. №573 «О создании туристических зон»)

**Районообразующие факторы туристических зон**

* 1. Основные особенности географического положения с точки зрения туризма (положение по отношению к туристическим рынкам и принимающим регионам, положение по отношению к нестабильным в политическом плане районам и «горячим точкам планеты», взаимоотношения с сопредельными странами, а также с теми государствами, по территории которых проходят используемые основной массой туристов коммуникации и т. д.);
	2. Характер природы, уровень комфортности климатических условий, богатство и разнообразие рекреационных ресурсов, возможность и удобство их использования;
	3. Насыщенность территории природными и культурно-историческими достопримечательностями, их взаимосочетание и положение по отношению к основным зонам и центрам туризма;
	4. Степень привлекательности природных и культурно-исторических достопримечательностей для основной части туристов и перспективной клиентуры;
	5. Уровень доступности района с токи зрения существующих коммуникаций;
	6. Уровень необходимых затрат во времени для прибытия на данную территорию и возвращения домой;
	7. Общий уровень затрат финансовых средств туристами для совершения путешествия;
	8. Уровень развития туристической инфраструктуры (оснащенность территории средствами размещения, транспортом, средствами связи, предприятиями питания, торговли и т. д.);
	9. Уровень сервиса и квалификация обслуживающего туристов персонала;
	10. Емкость территории для приема туристов;
	11. Стабильность внутриполитической ситуации;
	12. Уровень безопасности для туристов с точки зрения криминогенной и экологической ситуации;
	13. Уровень общеэкономического развития, обеспеченность трудовыми ресурсами, материальными средствами и финансовыми возможностями для создания и дальнейшего развития индустрии туризма и гостеприимства;
	14. Территория с точки зрения ее места на туристическом рынке, то есть объем туристических потоков, посещающих данный район, и предпосылки для формирования таких потоков в будущем;
	15. Структура зарубежной туристической клиентуры, приезжающей в район;
	16. Основные особенности туризма в данном районе (ритмы сезонности, продолжительность, преобладающие виды туризма, основные цели посещения и т. д.);
	17. Отношение властей и местных туристических органов к проблемам туризма;
	18. Экономическая роль туризма для данного района (размер поступлений в бюджет от туризма, расходы на развитие туристической инфраструктуры, место туризма среди других отраслей экономики и взаимосвязь с этими отраслями, влияние туризма на занятость местного населения, общий экономический эффект от туризма);
	19. Перспективы развития туризма в данном районе.