

БЕЛОРУССКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ

И. В. Олюнина

ВИДЫ ТУРИСТИЧЕСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ В РЕСПУБЛИКЕ БЕЛАРУСЬ

*Рекомендовано
Учебно-методическим объединением
по гуманитарному образованию в качестве пособия
для студентов учреждений высшего образования,
обучающихся по направлению специальности
1-23 01 12-04 «Музейное дело и охрана историко-культурного
наследия (культурное наследие и туризм)»*

Учебное электронное издание

Минск, БГУ, 2021

ISBN 978-985-881-111-2

© Олюнина И. В., 2021

© БГУ, 2021

УДК 338.48(476)(075.8)
ББК 65.433.5(4Беи)я73

Р е ц е н з е н т ы:
кафедра философии и истории
Белорусского государственного университета
физической культуры (заведующий кафедрой
доктор философских наук *Т. Н. Буйко*);
кандидат филологических наук *Е. Г. Алфёрова*

Олюнина, И. В. Виды туристической деятельности в Республике Беларусь [Электронный ресурс] : пособие / И. В. Олюнина. — Минск : БГУ, 2021. — 1 электрон. опт. диск (CD-ROM). ISBN 978-985-881-111-2.

Дается системная характеристика видов туристической деятельности в Республике Беларусь, содержатся открытые (эвристические) задания для организации самостоятельной, индивидуальной и групповой работы.

Для студентов направления специальности 1-23 01 12-04 «Музейное дело и охрана историко-культурного наследия (культурное наследие и туризм)».

Минимальные системные требования:

PC, Pentium 4 или выше;
RAM 1 Гб; Windows XP/7/10; Adobe Acrobat.

Оригинал-макет подготовлен в программе Adobe InDesign.

Редактор *Д. В. Мацур*. Дизайн обложки *Т. Ю. Таран*.
Технический редактор *В. П. Явуз*. Компьютерная верстка *Д. О. Бабенко*.

Подписана к использованию 03.09.2021. Объем 4,33 МБ.

Белорусский государственный университет.
Управление редакционно-издательской работы.
Пр. Независимости, 4, 220030, Минск.
Телефон: (017) 259-70-70.
email: urir@bsu.by
<http://elib/bsu.by/>

СОДЕРЖАНИЕ

ПРЕДИСЛОВИЕ	5
Глава 1	
ТУРИСТИЧЕСКАЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ: ОСНОВНЫЕ ТЕРМИНЫ И ПОНЯТИЯ	6
1.1. Понятие туристической деятельности	7
1.2. Туроператоры и турагенты Республики Беларусь.....	11
1.3. Классификация видов туристической деятельности	15
Задание по теме	17
Список литературы.....	17
Глава 2	
ДЕЛОВОЙ ТУРИЗМ	18
2.1. <i>MICE</i> -индустрия	19
2.2. Конгрессно-выставочный туризм	21
2.3. Инсентив-туризм.....	23
Задание по теме	24
Список литературы.....	25
Глава 3	
СОБЫТИЙНЫЙ ТУРИЗМ	26
3.1. Туризм как экономика впечатлений	27
3.2. Спортивный туризм	28
3.3. Фестивальный туризм	30
3.4. Приключенческий и экстремальный туризм	31
Задание по теме	35
Список литературы.....	36
Глава 4	
ОЗДОРОВИТЕЛЬНЫЙ, ЛЕЧЕБНЫЙ И МЕДИЦИНСКИЙ ТУРИЗМ	37
4.1. <i>Wellness</i> -концепция в туризме	38
4.2. Лечебный туризм.....	40
4.3. Медицинский туризм	42
Задание по теме	43
Список литературы.....	43

Глава 5	
КУЛЬТУРНЫЙ ТУРИЗМ	44
5.1. Исторический туризм.....	45
5.2. Этнографический туризм	48
5.3. Религиозный туризм.....	51
5.4. Интерпретация культурного наследия в туризме.....	54
Задание по теме	60
Список литературы.....	60
Глава 6	
АГРОЭКОТУРИЗМ	61
6.1. <i>Slow</i> -концепция и устойчивый туризм	62
6.2. Экологический туризм.....	65
6.3. Сельский туризм.....	72
Задание по теме	81
Список литературы.....	82
Глава 7	
ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ ТУРИЗМА В БЕЛАРУСИ	83
7.1. Международное сотрудничество в туризме	83
7.2. Трансграничный и транзитный туризм	86
7.3. Промышленный туризм	91
7.4. Инновации в туризме	94
Задание по теме	100
Список литературы.....	100
КОНТРОЛЬНЫЕ ВОПРОСЫ	101
БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЕ ССЫЛКИ	102

ПРЕДИСЛОВИЕ

Развитие различных видов туристической деятельности в Республике Беларусь определяется ресурсным потенциалом территории, а также приоритетами государства. Беларусь обладает значительным туристско-рекреационным потенциалом, что подтверждают данные Национального статистического комитета Республики Беларусь [1]. Государственный список историко-культурных ценностей страны включает более 5500 объектов и постоянно пополняется.

Важными видами туристической деятельности в Беларуси принято считать следующие: экологический, религиозный, военно-исторический, деловой, лечебно-оздоровительный и агроэкотуризм [2]. Данная позиция закреплена в основных нормативных документах, Государственной программе развития туризма в Республике Беларусь «Беларусь гостеприимная» на 2016—2020 гг. [3], а также в проекте Национальной стратегии развития туризма в Республике Беларусь до 2035 г. [4].

Постоянно появляются и становятся популярными новые виды туристической деятельности. Их возникновение и развитие продиктовано динамикой мировой туристической индустрии. Поэтому для активного участия Беларуси в работе международного туристического рынка необходимо наличие профессиональных кадров в данной области.

В основу пособия положен образовательный стандарт высшего образования первой ступени по специальности «Музейное дело и охрана историко-культурного наследия (по направлениям)», согласно которому дисциплина «Виды туристической деятельности» входит в цикл специальных дисциплин компонента учреждения высшего образования.

В пособии рассматриваются проблемы определения видов туристической деятельности, современное состояние и перспективы развития различных видов туристической деятельности в Беларуси. Книга содержит креативный компонент — открытые (эвристические) задания, литературу и источники, необходимые для их выполнения, а также контрольные вопросы и электронные ресурсы. Задания направлены на организацию самостоятельной, индивидуальной и групповой работы студентов, создание индивидуальных образовательных продуктов и их сравнение с культурно-историческими аналогами.

Глава 1

ТУРИСТИЧЕСКАЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ: ОСНОВНЫЕ ТЕРМИНЫ И ПОНЯТИЯ

По данным Всемирной туристической организации, в 2019 г. мировой туристический поток составил 1,5 млрд человек. С каждым годом туристическая деятельность становится масштабнее, вовлекая новых сотрудников, новые территории, отрасли и объекты. Туристы познают многообразие природного и культурного наследия, используя современные технологии и путешествуя различными способами. Поэтому чрезвычайно важно понимать содержание туристической деятельности, специфику ее структуры и функций в Республике Беларусь. Для специалиста туристической отрасли необходимо иметь представление о развитии основных видов туристической деятельности, уметь их охарактеризовать, а также прогнозировать перспективы их развития.

Туристическая сфера Беларуси развивалась неравномерно. В течение 1990-х гг. происходило разрушение туристической инфраструктуры, работники туризма пытались выжить и сохранить себя в профессии. Во второй половине 1990-х гг. стали появляться институты, призванные организовать работу отрасли. К примеру, в конце 1995 г. было образовано Министерство спорта и туризма Республики Беларусь, в 1996 г. — Белорусское общественное объединение экскурсоводов и гидов-переводчиков [5, с. 35].

В 1999 г. был принят Закон «О туризме», в 2001 г. основано Национальное агентство по туризму. Первоначально усилия профессионалов были направлены на развитие выездного туризма, однако с течением времени стали более востребованы услуги экскурсоводов, поэтому в 2007 г. была введена аттестация экскурсоводов и гидов-переводчиков, а в 2009 г. состоялся первый Фест экскурсоводов. Проблемы, накопившиеся в сфере экскурсионного обслуживания, потребовали проведения в 2012 г. первого съезда экскурсоводов и гидов-переводчиков Беларуси и разработки кодекса профессиональной этики.

В настоящее время ведется Национальный реестр экскурсоводов и гидов-переводчиков Республики Беларусь, в который включаются

сведения об экскурсоводах и гидах-переводчиках, прошедших профессиональную аттестацию, подтверждающую их квалификацию. Как и в других странах, в Беларуси отмечается Международный день гида (21 февраля), а также Всемирный день туризма (27 сентября), который был учрежден в 1980 г. на третьей сессии Генеральной ассамблеи Всемирной туристской организации (ЮНВТО) в целях пропаганды туризма, оценки его вклада в развитие культурных связей и взаимопонимания между народами. В XXI в. в профессиональной среде укоренилось понятие *устойчивого туризма*, которое тесно связано с экологическим мышлением и достижением Целей устойчивого развития (ЦУР). Поэтому продвижению туризма придается большое значение в резолюции, принятой Генеральной Ассамблеей ООН 25 сентября 2015 г. «Преобразование нашего мира: Повестка дня в области устойчивого развития на период до 2030 г.».

Туристская индустрия рассматривается как совокупность производств разных отраслей хозяйства, которая имеет глобальный охват и обеспечивает создание материально-технической базы туризма, подготовку кадров и процесса производства, сбыта и потребления турпродукта на основе использования природных богатств, материальных и духовных ценностей общества. Приоритетными направлениями интенсификации развития туристической индустрии в настоящее время являются комплексное планирование туристической деятельности, внедрение инноваций, повышение культуры и качества туристического обслуживания, изучение и полное удовлетворение запросов туриста [6, с. 105—106]. При этом важно учитывать последовательность этапов внедрения инновационных туристических продуктов, соразмерять требования рынка и возможности туристических компаний, анализировать предлагаемые альтернативы и концепции, а также соотношение ресурсов и затрат. Следует адекватно и эффективно оценивать потребительский потенциал, планировать распределение среди потребителей, контролировать качество и производство, внедрение продукта на рынок [7, с. 375].

1.1. ПОНЯТИЕ ТУРИСТИЧЕСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

В Беларуси понятие туристической деятельности определено в Общегосударственном классификаторе Республики Беларусь 005-2011 «Виды экономической деятельности» (ОКЭД) и Законе Республики Беларусь «О туризме».

В ОКЭД понятие туристической деятельности рассматривается в разделе 79 «Туристическая деятельность; услуги по бронированию и сопутствующая деятельность». В нем описана деятельность по формированию и продвижению туров, реализуемых через туристические агентства или непосредственно туроператорами, а также деятельность по продаже населению и коммерческим клиентам туристических, экскурсионных услуг (включая услуги по перевозке и размещению на временное проживание), предоставление прочих, связанных с поездками, услуг, в том числе бронирование. Кроме того, в раздел помещены экскурсионное обслуживание и деятельность, направленная на продвижение туризма.

Согласно п. 791 ОКЭД, *туристическая деятельность* включает деятельность агентств, преимущественно осуществляющих продажу туристических, экскурсионных услуг (включая услуги по перевозке и размещению) населению и коммерческим клиентам, а также деятельность по организации и формированию туров, реализуемых через туристические агентства или непосредственно туроператорами. Таким образом, *турагентская деятельность* (п. 7911 ОКЭД) подразумевает деятельность по продвижению и реализации туров, сформированных туроператорами-резидентами, широкому кругу потребителей, в том числе коммерческих клиентов, а также услуги турагентов по бронированию мест в транспортных средствах, временного проживания, проката автомобилей и т. д. Под *туроператорской деятельностью* (п. 7912 ОКЭД) понимается деятельность по организации туров, включающая формирование, продвижение и реализацию туров через туристические агентства или непосредственно туроператорами, в том числе туров, сформированных туроператорами-нерезидентами. Организация туров может включать такие услуги, как перевозка, размещение на временное проживание, питание, посещение музеев, исторических мест, объектов историко-культурного наследия, театральных и музыкальных постановок, спортивных мероприятий.

В п. 7990 ОКЭД «Прочие услуги по бронированию и сопутствующая деятельность» отмечено, что данный подкласс содержит другие, относящиеся к туристическим путешествиям, услуги по бронированию мест в транспортных средствах, ресторанах, местах временного проживания, а также услуги проката автомобилей, билетов на развлекательные и спортивные мероприятия и т. д.

Пункт 79902 ОКЭД «Экскурсионное обслуживание» включает деятельность субъектов туристической индустрии по подготовке, организации и проведению экскурсий, услуги туристических гидов и экскурсоводов. Пункт 79909 ОКЭД «Прочая деятельность, сопутствующая туристической» объединяет деятельность агентств по продаже билетов на спортивные, театральные и другие зрелищно-развлекательные мероприятия, бронирование выставочных залов и подобных объектов, оформление права собственности на недвижимость на фиксированное время по системе таймшер, предоставление информации по турам, подготовку информационных брошюр и т. п., а также деятельность, направленную на продвижение туризма (в странах, регионах и т. д.). Следует отметить, что данный подкласс исключает организацию и проведение профессиональных выставок, конгрессов, конференций, которые классифицируются разделом 82 ОКЭД «Деятельность в области офисного, административного и вспомогательного обслуживания, направленного на поддержание коммерческой деятельности» [8, с. 301—302].

В редакции Закона Республики Беларусь от 18 июля 2016 г. № 410-З «О туризме» туристическая деятельность определяется как туроператорская и турагентская деятельность [9, с. 1]. Ее субъектами являются туроператоры и турагенты. В отличие от субъектов участниками туристической деятельности считаются туристы, экскурсанты, а также имеющие намерение заказать, заказывающие либо заказавшие туристические услуги для целей, не связанных с осуществлением предпринимательской деятельности, юридические и физические лица, в том числе индивидуальные предприниматели.

В определении туроператоров и турагентов в Беларуси существует своя специфика. Под турагентской деятельностью понимается предпринимательская деятельность юридических лиц или индивидуальных предпринимателей (турагентов) по продвижению, реализации туров, сформированных туроператорами — резидентами Беларуси, участниками туристической деятельности, а также по оказанию отдельных услуг, связанных с организацией туристического путешествия. В свою очередь туроператорская деятельность — предпринимательская деятельность юридических лиц (туроператоров) по формированию, продвижению, реализации туров, в том числе сформированных другими туроператорами, включая нерезидентов

Беларуси, а также по оказанию отдельных услуг, связанных с организацией туристического путешествия [9, с. 2].

В главе 3 «Туристическая деятельность» Закона Республики Беларусь «О туризме» зафиксированы права и обязанности субъектов и участников туристической деятельности.

Так, *участники туристической деятельности* имеют право на получение необходимой и достоверной информации о программе туристического путешествия, иной информации, предусмотренной законодательством о защите прав потребителей. Кроме того, следует соблюдать право участников туристической деятельности на свободу передвижения и свободный доступ к туристическим ресурсам с учетом принятых в стране (месте) временного пребывания ограничительных мер, защиту их прав как потребителей туристических услуг, неразглашение сведений об участниках туристической деятельности, обеспечение субъектом туристической деятельности безопасности оказываемых туристических услуг и возмещение им причиненных убытков (вреда) в случаях и порядке, установленных законодательством.

К обязанностям участников туристической деятельности относится следующее: соблюдение законодательства страны (места) временного пребывания, уважение ее политического и социального устройства, обычаев, традиций, религии населения, бережное отношение к природному и культурному наследию, соблюдение правил въезда и выезда в/из страны (места) временного пребывания (стран транзитного проезда), а также правил личной безопасности, исполнение условий договора оказания туристических услуг [9, с. 7].

Субъекты туристической деятельности имеют право на продвижение и реализацию туров в соответствии с настоящим Законом и иными актами законодательства, получение в государственных органах, иных организациях в установленном законодательством порядке информации, необходимой для осуществления их деятельности. Кроме того, они могут принимать участие в разработке программ в сфере туризма и оказывать отдельные услуги, связанные с организацией туристического путешествия (в частности, на формирование тура по своему усмотрению, заказу участников или субъектов туристической деятельности), а также определять минимальное количество туристов, экскурсантов, необходимое для совершения туристического путешествия.

Субъекты туристической деятельности обязаны принимать необходимые меры по соблюдению прав и законных интересов участников туристической деятельности, предоставлять последним необходимую и достоверную информацию о программе туристического путешествия, а также иную информацию, предусмотренную законодательством о защите прав потребителей. Обеспечить безопасность туристических услуг, провести инструктаж о соблюдении правил личной безопасности туриста, экскурсанта, возместить в случаях и порядке, установленных законодательством, убытки (вред), причиненные участнику туристической деятельности, исполнять условия договора оказания туристических услуг. В Беларуси в целях учета и систематизации информации о субъектах туристической деятельности ведется реестр субъектов туристической деятельности [9, с. 7–8].

1.2. ТУРОПЕРАТОРЫ И ТУРАГЕНТЫ РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ

Деятельность субъектов туристической деятельности в Беларуси определяется не только законодательством, но и рыночными механизмами туристической отрасли. До середины 2010-х гг. разделение между туроператорами и турагентами было довольно четким: туроператор формирует тур, турагент его продает. После ряда кризисных явлений в отрасли туристическая деятельность приобрела комплексный характер. *Туристический оператор* сегодня — активный субъект туристического рынка, непосредственно участвующий в планировании, разработке, продвижении и реализации туристического продукта с коммерческими целями [10, с. 5].

Более того, в современных реалиях размыты границы между туроператорами въездного и выездного туризма. В туристических компаниях, ранее занимавшихся только отправкой граждан Беларуси на отдых за пределы страны, стали появляться отделы, предлагающие услуги *въездного туризма* (путешествия, организуемые для граждан зарубежных государств по территории Беларуси, связанные с пересечением границы и совершаемые ими с некоммерческими целями на срок не менее одних суток и не более полугода [11, с. 5]). Данная форма туроперейтинга направлена на создание пакета

из туристических услуг поставщиков, работающих на территории Беларуси, и доведение его до иностранных потребителей. Основной трудностью инкаминговой деятельности является проведение маркетинговых исследований, постоянного мониторинга спроса и предложения по формированию и продвижению туристического продукта. Кроме того, есть разница в стандартизации обслуживания (например, объектов размещения), несогласованность отечественной нормативной базы с международными правовыми актами и т. д. Туроператоры, развивающие *внутренний туризм* (инсайдинг), предлагают путешествия по Беларуси ее гражданам. Именно данный вид туроператорской деятельности будет приоритетным в период восстановления отрасли после пандемии.

Формирование тура включает составление программы туристического путешествия и комплекса туристических услуг, позволяющих совершить туристическое путешествие. К созданию тура также относится приобретение права на реализацию тура либо комплекса туристических услуг, сформированных нерезидентом Беларуси. *Программа туристического путешествия* содержит следующую информацию:

- маршрут туристического путешествия, дату и время начала и окончания туристического путешествия;
- порядок встречи и проводов, сопровождения туриста, экскурсанта;
- характеристику транспортных средств, осуществляющих перевозку туриста, экскурсанта, сроки стыковок (совмещений) рейсов;
- характеристику объектов для размещения туристов, в том числе их местоположение, классификацию по законодательству страны (места) временного пребывания, правила временного проживания, а также иную обязательную информацию, установленную законодательством страны (места) временного пребывания;
- порядок обеспечения питания туриста, экскурсанта во время туристического путешествия;
- перечень и характеристику 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 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 [9, с. 9].

Численность иностранных граждан, посетивших Беларусь в 2019 г., по данным Государственного пограничного комитета, составила 4 924 000 человек. При этом правом посетить страну без визы через Национальный аэропорт «Минск» воспользовались более 150 000 человек. На II Европейские игры, по данным Министерства спорта и туризма Республики Беларусь, приехало более 35 000 человек [12]. Тем не менее система учета посетителей и доходов в туристической отрасли Беларуси все еще требует усовершенствования. По рекомендации экспертов ЮНВТО, Беларусь в настоящее время внедряет систему вспомогательных (спутниковых) счетов в туризме. Это система показателей, которая характеризует динамику и структуру спроса и предложения туристических товаров и услуг. Она представляет собой комплекс таблиц с расчетом туристской добавленной стоимости. На основе данных спутникового счета возможно получение оценок экономических воздействий туризма, а также воздействий экономической политики на развитие туризма и экономики туристских регионов [13, с. 266—267].

Введение спутникового счета облегчает мониторинг спроса на туруслуги со стороны потребителей и предложения туруслуг, а также определяет мультипликативный эффект туризма через долю в ВВП, занятости, инвестициях, доходах бюджета для оценки экономической роли туризма. В Беларуси проведено исследование по вспомогательному счету в туризме: были проанализированы показатели за 2014 и 2016 гг. Согласно результатам, прямой вклад туризма в ВВП Беларуси по итогам 2016 г. составил 2,2 %, что на 0,4 % больше, чем в 2014 г. [14]. Положительная динамика будет сохранена благодаря введению режима безвизового въезда в страну. Данная статистика необходима для сбалансированного регулирования деятельности всех субъектов туристической инфраструктуры.

На 2020 г. в Беларуси сертифицировано более 360 туристических компаний [15], при этом в реестре турорганизаций — 1239 субъектов, а согласно данным официальной статистики, в Беларуси в 2019 г. функционировало около 1500 субъектов турдеятельности (таблица) [1].

**Основные показатели работы организаций,
осуществляющих туристическую деятельность**

Год	2021	2013	2014	2015	2016	2017	2018
Число организаций — всего, единиц	958	1085	1254	1364	1376	1444	1482
В том числе занимались деятельностью:							
туроператорской	130	142	160	155	235	269	281
турагентской	273	387	519	764	735	769	776
туроператорской и турагентской	555	556	575	445	406	406	425

Источники: [1, с. 26].

Крупнейшими туроператорами выездного туризма являются несколько десятков компаний, среди них — *Mouzenidis Travel*, формирующий турпродукт по Греции, признанные лидеры болгарского направления «Интерсити» и «Подевиус», активно предлагающие Египет и Турцию *TEZ TOUR*, «АэроБелСервис» и «БиблиоГлобус», универсалы «Ростинг», «ЦентрКурорт», «АЛАТАН ТУР», *JoinUP!*, *AnexTour*, *Pegas Touristik*, *TUI*, *Coral Travel*, «ТОП-ТУР» и др. Из числа автобусных туроператоров можно выделить фирмы «Турлюкс», «ДЛ-навигатор», «Экотур-6», «Внешинтурист», «ИЛВА», «Сказочный тур» и др.

В практике работы турагентов принято обращать внимание на несколько аспектов работы с туроператорами. В первую очередь важны цена и размер комиссии агента, а также личный контакт, без которого невозможно быстро решить часто возникающие проблемные ситуации. Кроме того, существенную роль играет удобство туроператорской системы бронирования и возможность быстро сформировать динамический турпакет под запросы конкретного потребителя.

В развитии въездного и внутреннего туризма Беларуси есть компании-лидеры со сложившейся репутацией. Так, «Винополь» более 20 лет предлагает автобусные экскурсии высокого качества, которые пользуются неизменным спросом у российского туриста. Компании «БеларусТурСервис» и «Вокруг света» принимают американских, японских, китайских и западноевропейских туристов

в рамках комбинированных туров со странами Балтии. Туристы из Германии традиционно сотрудничают с компанией «ПраймТур», а те, кто интересуется охотничьим туризмом — с компаниями «Дитриб» и «ТОП ТУР». «Минсктурист» и «Беларустурист», работающие в сотрудничестве с Федерацией профсоюзов Беларуси, заняты экскурсионным обслуживанием корпоративных групп и индивидуальных. «Автоматизированные технологии туризма», «ЦентрКурорт», «Белинтурист», «БелАгроТрэвел» ориентируются на российских туристов и предлагают автобусные экскурсионные туры и санаторный отдых.

В новой редакции Закона «О туризме» предполагается повысить ответственность туристических компаний перед потребителями путем введения финансовых гарантий для защиты от банкротства туроператоров (как в случае с «Натали Турс»). Кроме того, до сих пор не существует четкого разграничения зон ответственности турагента и туроператора. В новом законопроекте предлагается введение долевой ответственности, где каждый несет ответственность перед потребителем в рамках своего вознаграждения при условии выполнения всех договорных отношений. Также на протяжении последних 15—20 лет активного развития туризма остаются нерешенными такие проблемы, как нескоординированность усилий по развитию национального туризма (не только на межотраслевом уровне, но и во внутриотраслевых структурах), неравномерность и бюрократизм в управлении, неумение формировать современный турпродукт с учетом растущей индивидуализации, неквалифицированные кадры и т. д. [16, с. 53].

1.3. КЛАССИФИКАЦИЯ ВИДОВ ТУРИСТИЧЕСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

Особенности организации отдельных видов туризма в Беларуси регулируются законодательством [9, с. 3]. Важно отметить, что за 20 лет постепенного развития произошла диверсификация туристического продукта: основные ниши на рынке заняты, ресурсы учтены, в стране сформировался комплекс материально-вещественных, информационных, организационных и других предпосылок, обеспечивающих условия, позволяющие удовлетворить туристский

интерес. Понимание компаниями необходимости точного попадания в целевую аудиторию обусловило применение системного подхода при проведении исследований в туризме.

При классификации видов туристической деятельности эксперты учитывают ряд факторов. Так, российская исследовательница Е. Кулагина выделяет вид дестинации, сезонность, способ финансирования, длительность, возраст и количество туристов, способ организации, интересы, способ передвижения и т. д. Все эти факторы важны, так как туристская деятельность является, по мнению Е. Кулагиной, массовой человеческой активностью по передвижению по маршруту с целью удовлетворения различных потребностей, а вычленение разных видов туризма должно производиться с учетом потребностей, мотивов и условий осуществления туристской деятельности [17, с. 6–7].

Российский ученый Г. Долженко отмечает, что в зависимости от цели путешествия принято выделять купально-пляжный, лечебно-оздоровительный, культурный, круизный водный (морской и речной), религиозный, спортивно-оздоровительный, охотничий, рыболовный, сельский туризм и т. д., а также ностальгические, этнографические, орнитологические и другие туры [18, с. 24–25]. Классификации по видам транспорта придерживается российский исследователь И. Бутко, выделяя автобусные, железнодорожные, авиатуры, а также речные и морские круизные туры, комбинированные (с использованием нескольких видов транспорта) [19, с. 87]. А. Кусков обращает внимание на то, что специфику развития туризма в регионе и формирование приоритетных направлений инвестиционной политики определяют туристские ресурсы. На основе их наличия и разнообразия планируются и открываются новые туристические маршруты [20, с. 8]. А. Бабкин считает наиболее популярными видами туризма познавательный и рекреационный [21]. Белорусский исследователь Д. Решетников солидарен с подходом А. Кускова и классифицирует виды туризма в зависимости от ресурсного потенциала территории [22, с. 22].

Однако главным основанием для классификации видов туристической деятельности остается *мотив* путешествия. Основными мотивами туристов в настоящее время являются забота о здоровье (оздоровительный, лечебный, санаторный, курортно-рекреационный, медицинский, активный туризм), профессиональные цели (деловой, *MICE*-туризм), духовные потребности и саморазвитие (культурный, образовательный, хобби-, религиозный туризм), полу-

чение впечатлений, развлечения и эмоции (событийный, спортивный, экстремальный, приключенческий) [16, с. 259—260]. Желание пребывать в гармонии с природой, забота об окружающей среде и новый тип мышления человека обусловили развитие экологического туризма, который стремительно набирает популярность по всему миру, формируя принципиально новый турпродукт для всех видов туристической деятельности. Необходимо отметить, что сегодня на рынке редко можно встретить туры в чистом виде, программы обычно имеют комплексный характер и сочетают в себе элементы разных видов туристической деятельности. К примеру, рекреационный пляжный тур часто сопровождают экскурсионные или спортивные активности, а в образовательные туры включается культурный компонент.

Задание по теме

Придумай свое!

Туристы совершают путешествия, исходя из своих мотивов. Придумайте новый вид туристической деятельности, интересный именно вам, ответив на следующие вопросы:

- с какой целью я совершаю путешествие?
- какими ресурсами обладает территория, на которую я отправляюсь?
- какие виды активностей я буду совершать?
- какие аттракции меня привлекают? что я хочу увидеть, открыть, создать?
- что для меня важно при совершении этого путешествия? удовлетворение каких потребностей?

Ответ оформите в виде рекламного буклета нового тура.

Список литературы

Олюнина, И. В. Технологии формирования современного турпродукта в Республике Беларусь / И. В. Олюнина // *Dziedzictwo kulturowe Europy Środkowej w białorusko-polskiej perspektywie badawczej* / Red. nauk.: M. Jarnecki, A. Bednarczuk. — Poznań, 2016. — С. 33—44.

Все о туризме. Туристическая библиотека [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <http://tourlib.net/>. — Дата доступа: 12.05.2020.

Олюнина, И. В. Виды туристической деятельности : электрон. учеб.-метод. комплекс [Электронный ресурс] / И. В. Олюнина ; БГУ. — Минск, 2018. — 28 с. — Режим доступа: <https://elib.bsu.by/handle/123456789/209677>. — Дата доступа: 12.05.2020.

Глава 2

ДЕЛОВОЙ ТУРИЗМ

Въезд в Беларусь с деловыми целями стабильно удерживает первенство среди мотивации приезжающих в страну путешественников. По мнению экспертов ЮНВТО, бизнес-путешественники составляют около 20 % структуры мирового туристического потока.

В русскоязычной и англоязычной литературе существует дискуссии по поводу определения данного вида туристической деятельности. Словосочетание «деловой туризм» содержит внутренний диссонанс, так как понятие туризма в русском языке неразрывно связано с отдыхом. В то время как английское *business travel* точно передает суть путешествия с деловыми целями, при этом, как правило, все затраты возмещаются компанией. Классическое определение сформулировано А. Бабкиным: «Деловой туризм охватывает путешествия со служебными или профессиональными целями без получения доходов по месту временного пребывания» [21]. К этому виду туризма эксперты ЮНВТО относят поездки для участия в съездах, научных конгрессах и конференциях, производственных совещаниях и семинарах, ярмарках, выставках, салонах, а также для проведения переговоров и заключения контрактов. При этом в число деловых туристов включаются водители, гиды, стюардессы, выполняющие свои профессиональные обязанности за пределами страны проживания [18, с. 35]. Е. Кулагина подчеркивает отсутствие доходов по месту пребывания [17, с. 38]. А. Кусков определяет экономический туризм как поездки, совершаемые из профессионального и коммерческого интереса. Конгрессный (политический) туризм он подразделяет на дипломатический (участие в конгрессах), а также «туризм, связанный с политическими событиями и мероприятиями» [20, с. 21]. А. Рубаник отмечает, что от профильного туроператора требуется учет типов и целей мероприятий, предоставление специфических средств размещения, высокий уровень качества оказываемой услуги, а также гибкость, надежность и оперативность [11, с. 219].

2.1. MICE-ИНДУСТРИЯ

Многие эксперты в отдельный сегмент выделяют *MICE*-туризм (от англ. *Meetings, Incentives, Conferences, Exhibitions*) — область индустрии делового туризма, связанная с организацией и проведением различных корпоративных мероприятий. Развитая *MICE*-индустрия существует в США, Европе, Российской Федерации. Электронный ресурс *mice.ru* является одним из первых информационных ресурсов для российских профессионалов делового туризма, а также официальным информационным партнером *Global Business Travel Association (GBTA)* и Московского конгрессного бюро. Портал сотрудничает с министерствами, агентствами, конгресс-бюро и офисами по туризму различных стран и регионов, авиакомпаниями, мировыми гостиничными цепочками, *DMC*- и *TMC*-компаниями (*Destination Management Company* и *Travel Management Company*) и организаторами деловых событий, тревел-организаторами и тревел-координаторами холдингов и других компаний, *BTA (Business Travel Agency)* — туроператорами, работающими с корпоративными клиентами, конгресс-отелями, предприятиями *HoReCa*, конференц-залами и т. д. [23].

В Беларуси действует авторский проект *MICE in MINSK* Анатолия Акантинова, директора Центра стратегического развития «Маркетинговые системы», который на протяжении многих лет предпринимает попытки консолидации усилий по созданию и реализации в сфере *MICE*-туризма различных проектов, выработке дальнейших действий по развитию *MICE*, определению форм организации и реализации инициатив. До сих пор остаются нерешенными проблемы, мешающие развитию *MICE*-туризма: недостаток финансовых ресурсов для качественного продвижения страны на внешних рынках, нехватка значимых событий и аттракций для привлечения посетителей, отсутствие качественных управленческих изменений в целях поддержания конкурентной среды и повышения качества обслуживания, конгрессных отелей, бюро и центров, а также координирующего центра по продвижению *MICE*-услуг. В Беларуси существует пул организаций, заинтересованных в развитии *MICE*-туризма — отели (рис. 1), ивент-агентства, туристические компании, однако действуют они разрозненно и бессистемно, так как заказчики (по большей части российские корпорации) работают напрямую с отелями, минуя профильных операторов.



Рис. 1. Отель *Double Tree by Hilton* в Минске

Проблема формирования государственно-частного партнерства имеет системный характер в Беларуси и прослеживается не только в туристической отрасли, так как на законодательном уровне поддержка была получена только в конце 2015 г. Закон № 345-3 от 30 декабря 2015 г. «О государственно-частном партнерстве» направлен на привлечение инвестиций в экономику страны, определяет правовые условия государственно-частного партнерства, регулирует общественные отношения, складывающиеся в процессе заключения, исполнения и расторжения соглашений о государственно-частном партнерстве. В настоящее время формируется единая правоприменительная практика, идут процессы отлаживания механизмов государственно-частного партнерства.

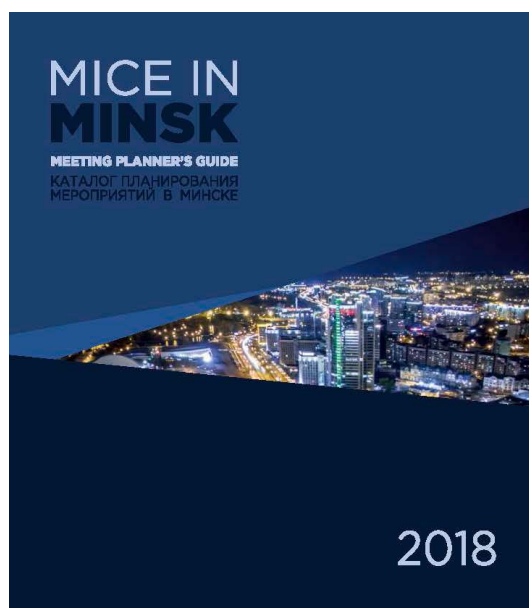


Рис. 2. Каталог *MICE in Minsk*

В области *MICE* инициатива пока принадлежит бизнесу (компаниям *Travel Connections*, «ПраймТур» и др.): проведение значимых для отрасли событийных мероприятий (фестивали, воркшопы), выпуск каталога *MICE in Minsk* (рис. 2). Однако эти усилия ничтожны по сравнению с тем, что происходит на мировом рынке *MICE*, где в большинстве стран — это отрасль экономики с большими бюджетами, играющая большую социальную роль, влияющая на имидж страны и помогающая привлекать дополнительные потоки туристов.

2.2. КОНГРЕССНО-ВЫСТАВОЧНЫЙ ТУРИЗМ

Конгрессный туризм является одним из наиболее выгодных видов туризма в мире, так как приносит принимающей стране доход значительно больше, чем многие другие виды туризма [24]. В мире в год проводится около 40 млн различных ивентов, а оборот составляет более 885 млрд долл. США. Основными заказчиками услуг являются корпорации, делегации. Цель — участие в международных переговорах, совещаниях, событийных мероприятиях. Представители любых отраслей встречаются, чтобы обменяться опытом, актуализировать информацию, согласовать векторы развития. Практически в любом подобном мероприятии сочетаются формальное и неформальное общение. Важным условием для привлечения участников конгрессно-выставочных мероприятий является степень экономического развития страны и особенно уровень развития новых технологий, транспортной инфраструктуры, средств связи, гостиничной базы, ведь конгрессный туризм дает загрузку отелям в низкий сезон.

Лидерами в области развития конгрессного туризма являются Лондон, Париж, Берлин, Прага, Барселона, Вена, Мюнхен, Рим, Мадрид и Амстердам. Одно из основных условий успешного развития конгрессно-выставочного туризма — требование закрепить за принимающей дестинацией репутации, позволяющей получить международное признание. Многие города занимают определенные целевые ниши для организации различных мероприятий. К примеру, Варшава выбрала для себя шесть главных направлений: биотехнологии, нанотехнологии, энергетика, *IT*, оптоэлектроника и креативный сектор. В России существует единственная профессиональная структура *MICE* на территории стран СНГ — выставочный научно-

исследовательский центр R&C в Санкт-Петербурге. Его специалисты занимаются изучением ситуации на рынке конгрессно-выставочных центров, проводят ежегодный Евразийский ивент-форум и ведут профессиональный деловой ресурс *Event Live* (рис. 3).

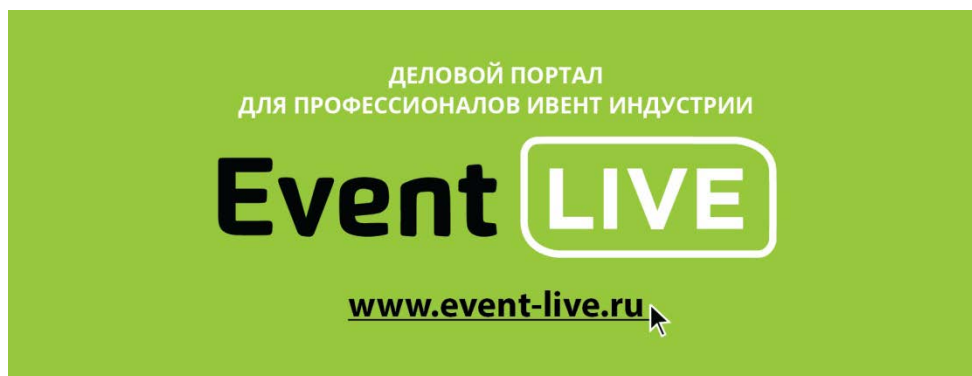


Рис. 3. Электронный ресурс *Event Live*

Согласно исследованиям, проведенным Международной ассоциацией конгрессов и съездов (*International Congress and Convention Association, ICCA*), чуть меньше половины всех мероприятий в мире, организованных для ассоциаций, были проведены для медицинских работников (16,9 %), специалистов, работающих с технологиями (14,2 %), и членов научных сообществ (13,5 %) [25]. Профессионалов этих сфер объединили в одну группу — *STEM* (*science, technology, engineering and mathematics*). Однако в 2020 г. на мировом рынке ивента отмечается сдвиг: заказчиками все чаще становятся группы, которые объединяют словом *SMERF*: *S* (*social*) — мероприятия по случаю дней рождения, юбилеев, свадеб или других семейных торжеств; *M* (*military*) — встречи сослуживцев, ветеранов, членов военно-патриотических клубов; *E* (*educational*) — мероприятия, посвященные теме образования, встречи для учителей, преподавателей и выпускников; *R* (*religious*) — мероприятия для верующих, приверженцев различных конфессий и членов религиозных сообществ; *F* (*fraternal*) — мероприятия для членов благотворительных организаций, активистов общественных объединений. Кроме уже существующих тенденций, появляются новые, например ивенты для киберспортсменов. Усиливается тренд экомышления: многие участники отказываются от авиаперелетов, чтобы не наносить вред окружающей среде. В связи с этим все более популярной площадкой для проведения деловых мероприятий становятся круизные лайнеры.

Концепция устойчивого развития влияет и на конгрессный туризм. Так, все более распространенным на мероприятиях стано-

вится инклюзивный нетворкинг как организация продуктивного общения для всех категорий участников: людей разного возраста, пола, людей с особыми потребностями, представителей разных стран, отраслей, конфессий и т. д. Кроме того, все больше мероприятий проходит без алкогольных напитков, так как их употребление входит в противоречие с принципами безопасности. Все больше событий переходит в онлайн-формат (особенно это проявилось в 2020 г. в связи с пандемией COVID-19) [26].

Конгрессный сегмент в Беларуси представлен таким периодически проходящим событием, как Международный конгресс ассоциации участников космических полетов. Выставочный сегмент развивается в Минске на базе площадки центра «БелЭкспо» [27]. Здесь проходят отраслевые мероприятия, в том числе ежегодные профильные туристические выставки «ТУРБИЗНЕС» (сентябрь) и «ОТДЫХ» (апрель). Однако число участников подобных мероприятий не превышает 200—300 человек. В 2010 г. в Минске состоялся I Международный форум «Имидж Республики Беларусь», на котором отечественные и зарубежные эксперты поднимали вопросы необходимости странового маркетинга и брендинга. Форум стал ежегодным и проводился до 2015 г., тогда состоялся последний, специализированный под туристическую тему форум. Затем стартовал проект *MICE in MINSK* по продвижению столицы страны как событийной дестинации, который остается открытым до настоящего времени. Также 27 ноября 2019 г. в Беларуси был создан межведомственный совет, координирующий вопросы делового и *MICE*-туризма.

2.3. ИНСЕНТИВ-ТУРИЗМ

Инсентив-туризм представляет собой оплачиваемые компаниями (частично либо полностью) поездки своих сотрудников в качестве поощрения за достижение высоких показателей в работе. Основной целью подобных туров является укрепление внутрикорпоративного климата путем проведения обучающих или тимбилдинговых мероприятий.

Все больше компаний ищут новые способы не только повысить производительность сотрудников, но и использовать деловые поездки, чтобы помочь раскрыть их творческий потенциал, вдохновить на создание инноваций. Компании стремятся повысить объемы

продаж, внедрить новые продукты, оптимизировать структуру, усилить эффективность труда. Все эти задачи часто решаются в инсентив-турах. Инсентив-туризм в Беларуси, как правило, имеет внутренний характер, так как отечественные компании проводят подобные мероприятия в основном в пределах страны на базе агроусадеб, баз отдыха, оздоровительных центров и санаториев.

Экологизация, персонификация и цифровизация станут основными направлениями для развития индустрии делового, конгрессного и инсентив-туризма в ближайшие годы. Среди главных тенденций в мировой *MICE*-индустрии эксперты выделяют устойчивость, минимальное воздействие на окружающую среду и повышенную социальную корпоративную ответственность. Так, например, около 90 % отелей Норвегии (один из лидеров мирового экологического туризма) уже имеют специальные сертификаты о поддержке программы защиты окружающей среды. В числе трендов отрасли также названы персонификация и стремление удовлетворить любой срочный запрос клиента, фестивализация и участие корпоративных групп в крупных фестивалях, цифровизация мероприятий и развитие городских туров с дополненной реальностью [26].

Задание по теме

Кейс ДУБЛИНА

Столица Ирландии сопоставима по величине и количеству жителей со столицей Беларуси. Однако в рейтинге Международной ассоциации конгрессов и съездов Дублин входит в топ-20 городов-лидеров делового туризма, а Минск — далеко не в первой сотне.

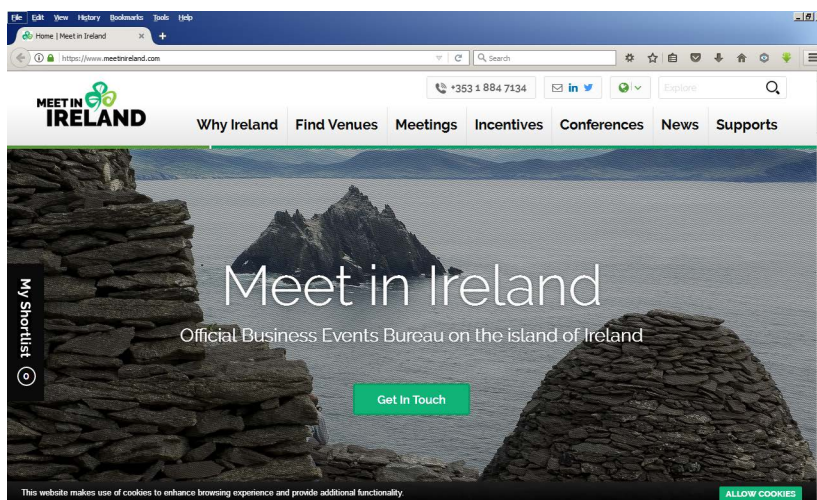


Рис. 4. Главная страница сайта ивент-бюро Дублина

Посетите сайт ивент-бюро Дублина (рис. 4) и проанализируйте причины успеха. Результат представьте в виде проекта открытия конгресс-агентства в Минске.

Список литературы

Meet in Ireland. Official Business Events Bureau on the island of Ireland [Electronic resource]. — Mode of access: <https://www.meetinireland.com/>. — Date of access: 10.05.2020.

Центр стратегического развития «Маркетинговые системы» [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <http://center-ms.com>. — Дата доступа: 12.05.2020.

Travel Connections [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <https://ru.travelconnections.by>. — Дата доступа: 12.05.2020.

Глава 3

СОБЫТИЙНЫЙ ТУРИЗМ

На определенном этапе развития и организации туризма у туристов возникло желание не просто приехать в страну, но и побывать на каких-либо мероприятиях. Так зародился новый вид туристической деятельности, связанный с посещением разнообразных значимых общественных событий, а также редких природных явлений, привлекающих своей уникальностью и экзотичностью [18, с. 27]. Эксперты считают, что событийные туры являются существенным ресурсом развития мирового туризма, поскольку в них практически отсутствует зависимость от фактора сезонности [11, с. 223]. Кроме того, событийный туризм способствует возрождению местных культурных традиций, обычаев, развитию народного творчества, инфраструктуры туризма, а также интеграции разных слоев населения в общество и формированию положительного имиджа туристической дестинации. Часто специалисты говорят о наличии событийного туризма в той или иной дестинации, но подменяют этим факт проведения мероприятий. Г. Долженко отмечает, что к событийному туризму следует причислять только мероприятия, которые приносят региону доход, и, следовательно, их можно считать ресурсной составляющей региона (Олимпийские игры, кинофестивали, недели высокой моды, карнавалы, выставки, спортивные события) [18, с. 27] (рис. 5).



Рис. 5. Участники Венецианского карнавала

Главная особенность событийного туризма — его массовый характер, а также ощущение сопричастности неповторимым событиям. Поэтому многие туристы готовы к большим расходам. Событийный туризм можно классифицировать по масштабу (локального, национального или международного уровня) и тематике (спорт, мода, музыка, кино, театр, гастрономия, искусство, природа, технологии, игры и др.) мероприятия.

Некоторые специалисты называют событийный туризм частью культурного туризма. Так, Д. Решетников отмечает, что событийный туризм — особая форма познавательного туризма [22, с. 126]. Однако, на наш взгляд, это справедливо лишь в отношении событийных мероприятий, относящихся к сфере культуры, так как основным мотивом туристов, выбирающих данный вид туристической деятельности, является получение впечатлений, эмоций, переживание ощущений разнообразного характера.

3.1. ТУРИЗМ КАК ЭКОНОМИКА ВПЕЧАТЛЕНИЙ

Событийный сегмент сформировался в туристической индустрии неслучайно. Эксперты отмечают нематериальность и неосуществимость туруслуги, определяя выбор туриста на основе аналогии, так как эмоциональное восприятие появляется лишь после непосредственного потребления услуг туристом. В 1998 г. ученые Гарварда Д. Пайн и Д. Гилмор ввели в оборот термин «экономика впечатлений» (*experience economy*) [28, с. 109]. Событийные мероприятия в максимальной степени отражают базовые принципы экономики впечатлений: гармонизация ощущений с позитивным контекстом, отсутствие неблагоприятных ассоциаций, интерактивность, вовлечение всех органов чувств потребителей, объединение одной темой, память о событии (в том числе тематические сувениры). Турист может быть активен, вливаясь в интерактивность программы или участвуя в мастер-классах, а может быть просто зрителем, наблюдать и слушать, может поверхностно знакомиться с окружающей средой и культурным ландшафтом, а может полностью погружаться в происходящее. При этом он способен получать новые знания в развлекательной форме, любясь эстетическим компонентом программы и уходя от рутинной реальности, находясь в новом мире и новой для себя роли (особенно характерно для карнаваловых туров).

3.2. СПОРТИВНЫЙ ТУРИЗМ

Под спортивным туризмом в СССР понимали походы по маршрутам определенной категории сложности и соревнования по технике туризма. Основные цели таких мероприятий — повысить мастерство туриста и серьезная физическая нагрузка. Если это становится вторичным, а на первое место выходят испытание резервов человека, острые ощущения, новые впечатления и открытия, то спортивный туризм превращается в экстремальный. В этом случае в нем появляются элементы риска и реальной опасности. Таким образом, из многоаспектного понятия о спортивном туризме можно выделить событийный компонент: поездки с целью участия в спортивных мероприятиях либо наблюдения за их проведением в качестве зрителя, болельщика [20, с. 21; 22, с. 61].

Во всем мире спортивные события привлекают огромное количество туристов. Именно Олимпийские игры 1992 г. превратили Барселону из промышленно-торгового центра в туристический. В городе была с нуля создана туристическая инфраструктура, число посетителей увеличилось вдвое, проводимых мероприятий — в 4 раза, на 90 % выросло количество гостиничных номеров. После Олимпиады в Пекине в 2008 г. было создано около 1,5 млн новых рабочих мест. Олимпиада в Сочи (2014 г.) начала оказывать влияние на развитие города за 5 лет до ее проведения. Не только Олимпиады, но и чемпионаты мира и Европы, паназиатские, европейские, панамериканские игры вызывают огромный общественный интерес и обеспечивают присутствие значительного количества туристов.

Беларусь имеет внушительный опыт проведения спортивных событий. К примеру, чемпионат мира по хоккею проходил в Минске с 9 по 25 мая 2014 г. К этому событию был реконструирован Национальный аэропорт «Минск», все важнейшие автомобильные дороги в Беларуси стали четырехполосными. Матчи проходили в спорткомплексах «Минск-Арена» и «Чижовка-Арена». Гостей принимали 43 гостиницы, комплекс общежитий «Фан-деревня» и минские хостелы. Официальным туроператором события стала компания «ЦентрКурорт». Болельщики, не попавшие на трибуны, могли увидеть матчи на экранах в фан-зонах рядом с Минск-Ареной и Чижовка-Ареной. Символом события стал зубр Волат (рис. 6), слоган — «Вместе мы — праздник!». В соответствии с решением

властей на время проведения мероприятия въезд в страну для его участников был безвизовым. По итогам года Беларусь посетили более 136 000 туристов [29].



Рис. 6. Зубр Волат — символ чемпионата мира по хоккею 2014 г. в Минске



Рис. 7. Эмблема и девиз II Европейских игр 2019 г. в Минске

Если чемпионат мира по хоккею 2014 г. принял около 460 участников соревнований и официальных делегатов, то II Европейские игры в Минске в 2019 г. собрали более 10 000 спортсменов, официальных делегаций, представителей международных федераций, аккредитованных представителей СМИ. Условия посещения страны были схожи с безвизом в дни минского чемпионата мира по хоккею 2014 г. Кроме того, действовало правило безвизового въезда в течение 30 дней при условии въезда и последующего выезда через Национальный аэропорт «Минск». Для всех туристов, приезжающих в столицу Беларуси, была разработана карта гостя Минска, которая позволяла посещать значимые мероприятия и достопримечательности, пользоваться системой скидок и бонусов в столичных музеях, торговых центрах, ресторанах и кафе. Более 8700 волонтеров приняли участие в работе Игр. Официальным туристическим партнером Игр снова стало РУП «ЦентрКурорт». В результате Беларусь посетили более 150 000 туристов, из них более 37 000 приехали непосредственно на Игры. Талисманом II Европейских игр стал лисенок Лесик, официальный девиз — *Bright Year, Bright You!* (рис. 7) [30].

Событийные мероприятия создают хорошую возможность для укрепления имиджа страны на международной арене. Они способствуют формированию государственно-частного партнерства, развитию гуманитарных связей между странами.

3.3. ФЕСТИВАЛЬНЫЙ ТУРИЗМ

В соответствии с концепцией экономики впечатлений туристы во время отпуска стремятся максимально убежать от реальности. В этом направлении в XXI в. стали развиваться фестивальные мероприятия, предоставляя участникам возможность путешествовать не только в пространстве, но и во времени. К примеру, фестиваль исторической реконструкции «Времена и эпохи», который ежегодно проходит с 1 по 12 июня в Москве в музее-заповеднике «Коломенское», охватывает практически все периоды российской и европейской истории. Он имеет максимальный масштаб в отличие от других, которые обычно проходят в определенном месте и реконструируют конкретное историческое событие. Такие мероприятия часто становятся частью бренда туристической дестинации (например, Бразильский или Венецианский карнавалы, Каннский кинофестиваль, Октоберфест и др.). Фестивали благодаря высокой исторической достоверности костюмов, технологий и программ погружают участников в атмосферу эпохи или события. Посещаемость таких мероприятий достигает нескольких сотен тысяч человек. Причина популярности — праздничный характер, который сохраняется на разных уровнях проведения (международном, республиканском, региональном либо локальном).

Беларусь имеет опыт проведения мероприятий разного уровня. Международный масштаб имеют многочисленные конкурсы красоты, детское Евровидение, кинофестиваль «Лістапад», фестиваль искусств «Славянский базар в Витебске», гастрономический фестиваль «Мотальскія прысмакі», музыкальные фесты «Камяніца», «Рок за Бобров», *Viva Braslav*, *LIDBEER* и др. [31, с. 41]. На республиканском уровне популярны этнографический фестиваль «Зов Полесья», ярмарка народных промыслов и ремесел «Камарова — кола дзён», фестиваль традиционной белорусской национальной кухни «Чарка-шкварка на Суле», чемпионат по ручному сенокосению «Споровские сенокосы», фестиваль национальных культур в Гродно, Национальный фестиваль белорусской песни и поэзии «Молодечно». Областные праздники «Анненский кирмаш», «Рыцарскі фэст» в Мстиславле, «Гаспадарчы сыр», «Лунінецкія клубніцы» собирают свою аудиторию. Не меньшую привлекательность имеют локальные фестивали: экологические и гастрономические — «Полоцкая

черника», «Вишневый фестиваль» в Глубоком, «Жураўлі і журавіны Міёрскага краю», обрядовые — «Жаніцьба Цярэшкі» (рис. 8) в Лепельском районе и «Колядные цари» в Семежево.



Рис. 8. Участники обряда «Жаніцьба Цярэшкі»

Фестивали и праздники — динамичное явление: многие появляются, некоторые исчезают с карты Беларуси. Поэтому была предпринята попытка создать единый актуальный календарь событий страны на портале *festivali.by*. Туроператоры Беларуси не так давно стали приобретать опыт по работе с ивент-сегментом. Так, 21 февраля 2019 г. в Минске состоялся I Международный ивент-форум «ГЕС-2019», где обсуждался опыт и потенциал Беларуси в организации и продвижении событий, а также проблемы взаимодействия инвенторов и турфирм. В мероприятия приняли участие представители Министерства спорта и туризма Республики Беларусь и Национального агентства по туризму Республики Беларусь, профильные туроператоры, ивент-агентства («Берсерк») представители анимационных команд («Мастерская впечатлений», «Вясёлы шляхцюк»), представители СМИ и др.

3.4. ПРИКЛЮЧЕНЧЕСКИЙ И ЭКСТРЕМАЛЬНЫЙ ТУРИЗМ

Еще два вида туристической деятельности отвечают принципам экономики впечатлений — приключенческий и экстремальный. Их объединяют острые эмоции, неожиданность и риск [20, с. 23]. Все больше туристов хотят не просто ощущений, а особых эмоций,

которые может обеспечить чувство опасности. В приключенческих турах это чувство переживается в игровой форме, в экстремальных — более реально и ощутимо.

В приключенческих турах спортивная активность может быть минимальной, на первый план выходят психологические ощущения. В последние десятилетия стал популярен так называемый *темный туризм (dark tourism)*, объединяющий туристов, стремящихся прикоснуться к неведомому. Чаще в такие туры отправляются туристы-индивидуалы или небольшие группы. Так, любители некропольного туризма посещают места единичных или массовых захоронений с познавательной, мемориальной или исследовательской целью. Сохранившиеся захоронения известных людей на исторических кладбищах городов мира многогранно отражают национальную культуру и историю, часто их считают объектами культурного наследия наряду с другими достопримечательностями. К примеру, кладбище Пер-Лашез в Париже, лондонский Хайгейт, Новодевичье и Ваганьковское кладбища (рис. 9) в Москве ежегодно посещают сотни тысяч туристов.

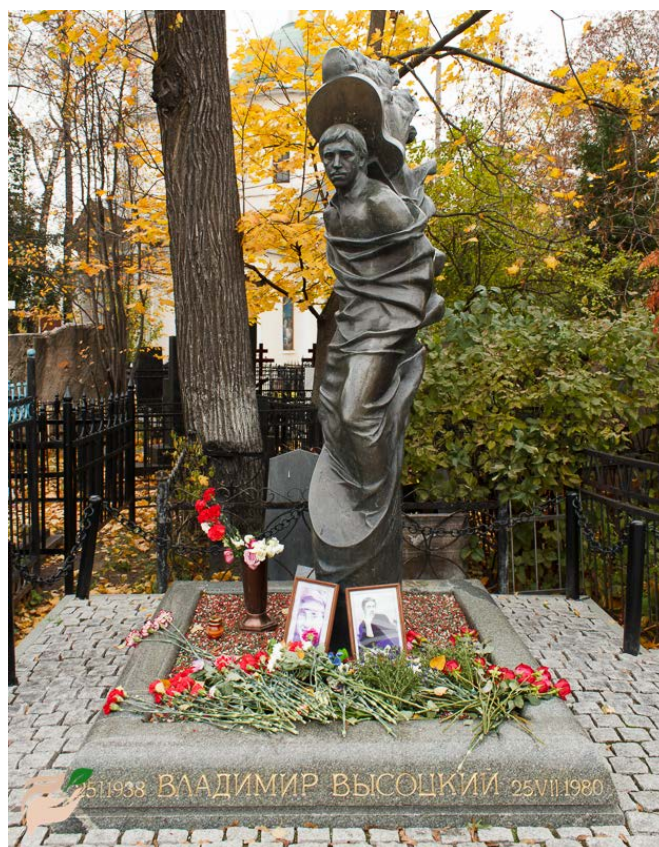


Рис. 9. Памятник Владимиру Высоцкому на Ваганьковском кладбище

Еще одной разновидностью темного туризма является туризм катастроф. Сторонники данного вида туристической деятельности едут в места, где произошли войны, катаклизмы, стихийные бедствия, теракты, аварии или другие события, которые привели к тяжелым последствиям. Катастрофы могут быть техногенными, социальными, происходить в геосфере, биосфере, относиться к технологическим процессам или жизни людей. Многие стремятся в Освенцим, Чернобыль или Беслан, чтобы зафиксировать в сознании трагедию, осознать последствия и предотвратить подобное в будущем. Туры в Чернобыль осуществляют белорусские турфирмы «Припять тур», «Чернобыль тур» и др. Охотники на торнадо специально посещают американские штаты Техас, Канзас и Оклахома, чтобы запечатлеть это явление как можно ближе (считается особым мастерством).

Любители паранормального туризма стремятся увидеть инопланетян, привидения и другие свидетельства присутствия иной формы жизни на земле. Для этого они забираются в места, где такая встреча может произойти: в так называемые места силы, заброшенные здания и сооружения, закрытые территории и военные базы, замки и пещеры, — часто пересекаясь там с любителями индустриального туризма, ружерами, спелестологами, диггерами и другими искателями приключений и острых ощущений.

Более массовый вид приключенческого туризма — посещение тематических парков, где активности будут иметь более позитивное направление. Самым известным из них является расположенный во Флориде *Walt Disney World Resort*, который посещает свыше 50 млн человек ежегодно. Хоббитон в Новой Зеландии принимает более 300 человек в день, которых привозит профильный туроператор (рис. 10).

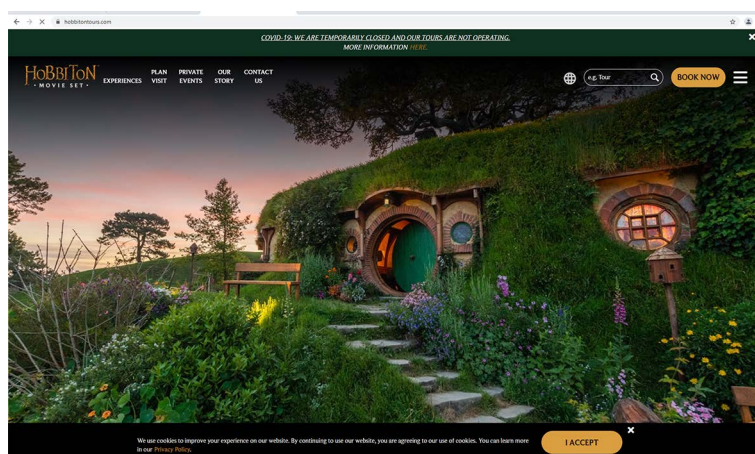


Рис. 10. Официальный сайт туроператора — *hobbitontours.com*

Cinema-туризм популярен во всем мире. Туристы стремятся увидеть места съемок или действий любимого фильма, кинопарки, *movie*-отели и, конечно, грандиозную киноиндустрию Голливуд. Те, кто любит понаблюдать звездное небо, отправляются в самые безоблачные уголки планеты, например в штат Аризона, где находится астрономическая обсерватория *Vega-Bray*. Неподалеку от нее расположен отель *Astronomer's*, предназначенный для астрономов-любителей. Еще один объект астрономического туризма — шотландский лесной заповедник *Galloway Forest Park*, который получил статус парка темного неба, рядом с которым находится звездный кемпинг, где туристы наблюдают за галактиками, звездопадами, северным сиянием и звездными скоплениями. Во французской провинции Гасконь находится туристический комплекс «Звездная ферма» с обсерваторией *Ferme des Etoiles*, планетарием, фотостудией и библиотекой, каждый год в августе там проходит астрономический фестиваль. Самые отчаянные любители космоса могут подняться с компанией *Space Adventure* в суборбитальное пространство и провести несколько минут в невесомости (рис. 11).



Рис. 11. Туристический космический корабль компании *Space X*

В экстремальные туры отправляются спортсмены и любители, которые осознают, что путешествие будет сопряжено со значительными физическими нагрузками и риском для жизни и здоровья [11, с. 207]. В данном не массовом виде туристической деятельности путешественникам нередко приходится пребывать в условиях, весьма отличающихся по ландшафту, социальным устоям, климату, культурному наследию от привычного места проживания. Мотивами туристов могут выступать спортивные достижения, улучшение

ние физической формы, преодоление страха, жажда экзотических активностей и впечатлений [21]. Участники экстремальных туров стремятся испытать себя, проверить на способность переносить длительные физические и психологические нагрузки, выживать в сложных климатических условиях (джунгли, пустыня, тайга), узнать предел своих сил и выносливости.

В связи с повышенным риском для жизни в экстремальном туризме имеются особые формы страхования. Важную роль выполняют инструкторы и проводники, большое значение придается правильной и надежной экипировке, возможности модификации программ и дифференцированному подходу к обслуживанию.

Экстремальными занятиями принято считать альпинизм, скалолазание, жумаринг, покорение вулканов и спуск в кратеры, спортивное ориентирование и все виды выживания человека в агрессивной среде (в том числе джайлоо-туризм), спелеологию, горные лыжи и сноуборд, хели-ски (*Heliskiing*), маунтинбайкинг, сендбординг, сафари, картинг, ралли и внедорожное вождение, серфинг, кайт-серфинг и виндсерфинг, конную езду, водные лыжи, вейкбординг, каякинг, дайвинг, рафтинг, ныряние с акулами и крокодилами, гонки на драгстерах, парапланеризм и полеты на воздушных шарах, прыжки с парашютом, *BASE*, роуп- и банджи-джампинг и др.

В Беларуси услуги по данному виду туристической деятельности по причине его немассового характера часто предоставляют не туроператоры, а отдельные туристические объекты, индивидуальные предприниматели: многочисленные горнолыжные центры, аквапарки и конные клубы, адреналин-парк «Фестивальный», аэродром «Боровая», Заславское водохранилище и т. д.

Задание по теме

Новые события Беларуси

В мире появляется все больше новых фестивалей и праздников. Методом мозгового штурма в группе определите событие, интересное для близкой к вам по возрасту целевой аудитории. Ответ представьте в виде программы тура, заполнив таблицу ниже.

Тема события	
Основная идея	
Целевая аудитория	

Актуализация ценностей	
Виды активностей, креатив	
Тематические блоки (подтемы)	
Туристические объекты	
Интерактивный компонент	
Сувенирная продукция	

Список литературы

Клищунова, В. А. Интерпретация наследия в туризме. Новые подходы в эпоху экономики впечатлений / В. А. Клищунова. — Минск, 2015. — 219 с.

National Park Service [Electronic resource]. — Mode of access: <https://www.nps.gov>. — Date of access: 10.05.2020.

Акантинов, А. Д. Событийная Беларусь: алгоритм создания события : метод.-справоч. пособие по организации и проведению фестивалей, праздников open-air / А. Д. Акантинов, А. В. Колик. — Минск, 2014. — 98 с.

Донских, С. В. Событийный туризм : учеб.-метод. пособие / С. В. Донских. — Минск, 2014. — 112 с.

Глава 4

ОЗДОРОВИТЕЛЬНЫЙ, ЛЕЧЕБНЫЙ И МЕДИЦИНСКИЙ ТУРИЗМ

Рекреационный туризм со временем трансформировался в отдых с элементами оздоровления. Забота о здоровье становится все более популярным трендом туристических путешествий в XXI в. В зависимости от степени вмешательства в организм эксперты выделяют несколько разновидностей оздоровительного туризма. Так, целью рекреационного туризма принято считать отдых с восстановлением физических, психических и эмоциональных сил [20, с. 21]. Собственно оздоровление может осуществляться практически в любой дестинации, где существует необходимый ресурсный потенциал: характеристики рельефа, климата, гидрографической сети, растительного мира, создающие или усиливающие рекреационно-оздоровительный эффект [22, с. 44]. Рекреационные программы могут содержать элементы культурного, спортивного, приключенческого и других видов туризма. Затем появилось понятие «лечебно-оздоровительный туризм», который был основан на курортологии, а затем им стали обозначать и санаторный отдых [17, с. 41]. Медицинский туризм появился в XXI в. и подразумевает нахождение в клиниках и больницах, как правило, для организации медицинского обслуживания (например, осуществления хирургических операций) за пределами страны постоянного проживания.

В Беларуси на государственном уровне осуществляется поддержка оздоровления населения страны, а также экспорт медицинских и оздоровительных услуг. Одним из важнейших документов, отражающих план развития отрасли, является Концепция санаторно-курортного лечения и оздоровления населения Республики Беларусь, реализация которой способствует укреплению здоровья населения, улучшению качества его жизни, а также развитию инфраструктуры курортов и лечебно-оздоровительных местностей [36]. Кроме того, в целях обеспечения доступности санаторного и медицинского туризма был принят Указ Президента Республики Беларусь № 295 от 24 июля 2018 г., который устанавливает безвизовый порядок пребывания туристов на срок до 30 суток при условии въезда и выезда через Национальный аэропорт «Минск».

4.1. WELLNESS-КОНЦЕПЦИЯ В ТУРИЗМЕ

Цель оздоровительных путешествий (*wellness tourism*) — сохранение и поддержание здоровья практически здоровыми людьми. Во всем мире стала чрезвычайно популярна *wellness*-концепция здорового образа жизни, основанная на сочетании физического и ментального здоровья, правильного питания, разумных физических нагрузок и отказа от вредных привычек. Речь идет о динамическом состоянии, которое приводит к продолжительной активности и эволюции сознания. В этом состоянии человек выглядит, чувствует себя и действует оптимальным образом, поэтому получает удовольствие от насыщенной жизни, а также достигает долголетия. Основными принципами *wellness*-туризма являются двигательная и умственная активность, расслабление и гармония, красота и уход за телом, сбалансированное питание.

Благодаря этому *wellness*-концепция может стать базовым фактором функционирования санаторной отрасли туристического рынка Беларуси, на основе которого возможно развитие инновационного турпродукта, ориентированного на новые ниши рынка. При этом не исключено разграничение санаторно-курортных предприятий на такие, сфера деятельности которых будет четко ограничена лечением и реабилитацией людей, и те, приоритетным предметом деятельности которых станет *wellness*-туризм. В рамках *wellness*-концепции также следует связывать будущее санаторного сегмента Беларуси с новой ролью образовательных центров, где клиентов учат заботиться о себе и достигать оптимального состояния здоровья. Кроме того, многие санаторно-курортные учреждения, расположенные вблизи важных туристических и деловых центров страны, выступают в качестве дополнительных средств размещения и используются при организации событийного туризма.

В Беларуси оздоровительные услуги можно получить как в санаторных учреждениях (более 490), так и на базе многочисленных (на начало 2020 г. — более 2700) агроэкоусадоб, расположенных в живописных ландшафтах страны, и это не только воркауты, пешие, конные, велосипедные прогулки или йога-ретриты. Здесь предлагаются уникальные услуги по оздоровлению. Так, сон на ульях (рис. 12) можно попробовать в агроусадьбах «Припятский плес», «Медовая королева», «На просторах Полесья», «Бяседы», «В хуторской тиши»,

«Гаенские истоки», «Славичи». Оздоровительный эффект процедуры достигается за счет близкого контакта пациентов с пчелиными семьями, микровибрации от работы пчел в улье и мощного биополя насекомых. Кроме того, пчелы поддерживают в своих домиках комфортную для человека температуру — 36—37 °С. Данный комплекс способствует расслаблению мышц спины, улучшению кровообращения, обмена веществ, повышению иммунитета, снимает стресс. В комплексе туристам также предлагается дегустация меда, чай на травах, ароматерапия, традиционная белорусская кухня.



Рис. 12. Сон на ульях

Еще одна уникальная оздоровительная услуга — обертывание сеном — с 2011 г. предлагается в агроусадьбе «Вясёлая хата». Наталья Крук, хозяйка усадьбы, создала авторскую методику паренья на сене, собранном из клевера, мяты, полевицы, луговой герани, тысячелистника и клубники, скрабирования с медом, солью и травами. Также туристам предлагается фитотерапия, чай на травах, обертывание сеном, травами, медом, массаж лица и тела. По желанию клиента оздоровительная программа может быть трансформирована в короткий либо долговременный курс омоложения. Она включает рациональный режим питания, в основе которого — меню из свежих овощей и фруктов, соков, квасов, выращенных на собственном подворье. Комплекс мероприятий, направленных на релаксацию, восстановление утраченных ресурсов организма, содержит утренние прогулки босиком по росе с занятиями гимнастикой на свежем воздухе, пешие прогулки в лес с элементами аудиотерапии, специальные веломаршруты [32]



Рис. 13. Обертывание сеном

В отличие от массового турпродукта советского образца — оздоровительной программы в санатории со строгим режимом под наблюдением врача и питанием в столовой с высокой пропускной способностью — агроусадьбы предлагают посетителям индивидуальный подход: свободный режим, уникальные услуги, экологически чистые продукты, традиционная региональная кухня, тишина, комфорт и свежий воздух.

Спортивная активность реализуется на агроусадьбах Беларуси в комплексных программах: пешеходных, водных (байдарочных), велосипедных, лыжных, конных и комбинированных турах [33, с. 10]. Подобные услуги предлагаются в усадьбах «Узлянка», «Хутор Комаришки», «Фальварак Раскоша», «Засценак Скрыплеў» и др.

4.2. ЛЕЧЕБНЫЙ ТУРИЗМ

Реализация потребности человека в диагностических, профилактических и лечебных услугах может осуществляться на территории дестинации, которая располагает определенными ресурсами [20, с. 21]. Такая потребность может возникать по причине необходимости лечения различного рода заболеваний и реабилитации организма после перенесенных болезней, травм, аварий, операций [21]. Таким образом, главным мотивом при выборе лечебного тура (*health tourism*) будет получение комплекса лечебно-диагностических, реабилитационных, профилактических и рекреационных услуг, предоставляемых в местностях, отличных от места постоянного проживания человека и располагающих нужными для этого природными, материальными и людскими ресурсами с целью

предотвращения заболеваний или реабилитации/лечения различных патологий.

На территории Беларуси подобный комплекс услуг может быть получен на базе разветвленной системы санаторного обслуживания (более 300 учреждений, прошедших аттестацию), которая выполняет функцию обеспечения доступного лечебного отдыха для населения страны и ее гостей. Лечебные рекреационные ресурсы Беларуси включают климатические факторы, фитотерапевтические ресурсы, запасы минеральных вод и лечебных грязей [22, с. 24]. В региональной структуре санаторно-курортного хозяйства Беларуси лидирующую позицию занимает Минская область [34, с. 91].

В среднем в стране ежегодно пользуются услугами санаториев более 300 000 человек [1]. Следует отметить, что санаторные туры являются более продолжительными — в среднем более 21 дня (комплекс лечебных процедур составляет не менее 14 дней), так как часть времени занимает адаптация, вход в лечебный режим и выход из него во избежание чрезмерной нагрузки на организм. Важнейший принцип эффективного санаторного обслуживания — его комплексность, т. е. использование разнообразных природных лечебных факторов в сочетании с диетотерапией, физиотерапией, ЛФК, лекарственной терапией и другими методами при условии соблюдения санаторного и индивидуального режимов.

Традиционно санаторный сегмент популярен у российских туристов, несмотря на то, что стоимость услуг, как и стоимость проезда, с каждым годом увеличивается. В пользу санаториев Беларуси работает сложившийся имидж доступности, однако вместе с дополнительными услугами и расходами на проезд сегодня отдых в российских оздоровительных курортах по совокупности оказывается выгоднее или сопоставим по цене. Кроме того, именно благодаря лечебным программам белорусские санатории остаются на высоком уровне: постоянно обновляется лечебная база, закупается современное оборудование, разрабатываются комплексные медицинские программы, проходит сертификация *medical-spa*-услуг, реновация номерного фонда, предлагаются новые услуги (апитерапия, гирудотерапия, акупунктура, спелеолечение, карбокситерапия). В связи с этим среди аудитории российских любителей санаториев Беларуси наблюдается высокая возвратность, в том числе благодаря присутствию и активности санаториев в интернете (удобные сайты с возможностью онлайн-бронирования и оплаты), а также программам лояльности (акции, бонусы, скидки), работающим

на преодоление фактора сезонности. Высокую популярность имеют санатории «Приднепровский», «Нарочь», «Криница», «Юность», «Плисса», «Приозерный», «Лесные озера», «Альфа Радон» (рис. 14), «Белорусочка» и др.



Рис. 14. Санаторий «Альфа Радон» в Гродненской области

4.3. МЕДИЦИНСКИЙ ТУРИЗМ

Услуги медицинского туризма (*medical tourism*) в Беларуси стали предоставляться в последнее десятилетие. Самыми востребованными медицинскими направлениями во въездном туризме в страну являются пластическая хирургия, онкология, урология и гинекология, стоматология, трансплантология, кардиохирургия, ортопедия и травматология, офтальмология, медицинская диагностика и спелеолечение.

В связи с увеличением спроса на медицинский туризм в Беларуси появились и специализированные турфирмы, такие как *MEDICINBELARUS*, *MedTravelBelarus*, «Дентур Плюс», «Агентство медицинского туризма», которые принимают и обслуживают несколько тысяч клиентов из-за рубежа в год. Зарубежным туристам помогает также единый портал медицинских услуг «Клиники Беларуси» (*clinicsbel.by*), где есть актуальная информация об услугах отечественных клиник и здравниц [35]. Лечение за рубежом белорусам предлагают туроператоры «МедКурортТур», *Elite Med* и др.

В Беларуси есть проблемы, которые связаны с нормативным обеспечением отрасли, отсутствием стратегии в ее продвижении,

а также наличием языкового барьера в обслуживании персоналом медицинских учреждений Беларуси, однако есть и ряд конкурентных преимуществ в развитии медицинского туризма. Во-первых, государственная поддержка отрасли, направленная на повышение качества медицинских услуг, совершенствование законодательной базы в области защиты прав пациента и врача, внедрение в практику новых методов диагностики и лечения. Во-вторых, наличие в стране развитой ресурсной базы для оказания медицинских услуг. Сегодня только в Минске насчитывается более 150 медицинских центров. Наряду с частными медицинскими центрами платные услуги оказывают в государственных лечебно-профилактических учреждениях, республиканских научно-практических центрах, оснащенных современным оборудованием и имеющих высококвалифицированный персонал. В-третьих, стоимость услуг, которая в два раза ниже, чем в России, и в три раза ниже, чем в Европе [37, с. 184].

Задание по теме

Отдыхать по-новому

Ознакомьтесь с Концепцией санаторно-курортного лечения и оздоровления населения Республики Беларусь. Внесите три следующих предложения:

- 1) по снижению государственных дотаций на санаторно-курортное лечение и оздоровление;
- 2) повышению конкурентоспособности отечественного курортного комплекса на международном рынке;
- 3) развитию инфраструктуры курортов и лечебно-оздоровительных местностей.

На основе чего сделаны рекомендации? Ответ обоснуйте.

Список литературы

Концепция санаторно-курортного лечения и оздоровления населения Республики Беларусь [Электронный ресурс] // Санатории Беларуси. — Режим доступа: https://sanatorii.by/?Konceptsiya_sanatorno-kurortnogo_lecheniya_i_ozdorovleniya_naseleniya_Respubliki_Belarusi. — Дата доступа: 10.05.2020.

Клиники Беларуси. Информационный портал медицинских услуг [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <https://clinicsbel.by/>. — Дата доступа: 12.05.2020.

Решетников, Д. Г. Организация санаторно-курортного хозяйства : учеб.-практ. пособие / Д. Г. Решетников, А. Г. Траскевич. — Минск, 2011. — 255 с.

Глава 5

КУЛЬТУРНЫЙ ТУРИЗМ

Создание новых форм культурного туризма — неотъемлемая часть процесса постепенного утверждения новой концепции культуры и туризма в рамках общего процесса развития, в котором человеку отводится центральное место. Это обуславливает необходимость трансформирования старых форм туризма по мере того, как его роль в жизни современного общества становится более значительной. Примером нового подхода к традиционным формам туризма является увеличение культурной составляющей за счет местных культурных ценностей [16, с. 69—70]. В настоящее время культурный туризм представляет собой вид туристической деятельности, который определяется совокупностью факторов культуры и истории. В современной интерпретации культурный ландшафт имеет свойства универсальности, аутентичности и целостности как объект культурного и природного наследия.

Среди определений культурного туризма можно встретить большое количество вариаций: историко-культурный, культурно-познавательный, исторический, познавательный, экскурсионно-познавательный, культурно-просветительный и т. п. Эксперты традиционно делают акценты на различных особенностях организации данного вида туристической деятельности. Г. Долженко отмечает, что главный критерий такого путешествия — знакомство с новой культурой и образом жизни, едой и обычаями [18, с. 15]. Е. Кулагина считает, что культурно-познавательный туризм — путешествие с целью ознакомления с историко-культурными, археологическими достопримечательностями, посещением музеев, театров, фестивалей, спортивных соревнований и других развлекательных мероприятий [17, с. 39]. По мнению А. Кускова, познавательный туризм основан на познании природных и культурно-исторических ресурсов страны и предоставлении разнообразной экскурсионной программы, в ряде случаев может комбинироваться с религиозным и экологическим туризмом [20, с. 21]. По классификации А. Бабкина, познавательный (экс-

курсионный) туризм включает поездки для ознакомления с природными и историко-культурными достопримечательностями, музеями, театрами, традициями народов в посещаемой стране. Поездка может содержать познавательные и рекреационные цели одновременно [21].

Выделяют также множество подвидов культурного туризма: туризм искусств и литературы, исторический, архитектурный, музейный, этнографический, археологический, этнический (ностальгический), религиозный, гастрономический и др. У каждого из подвидов может быть хобби, образовательный либо научный сегмент. Основными формами организации культурного туризма как вида деятельности являются экскурсии и другие культурные мероприятия (посещение музеев, выставок, театров, концертов, творческих встреч, национальных праздников и ритуалов), направленные на удовлетворение духовных потребностей туристов [21].

5.1. ИСТОРИЧЕСКИЙ ТУРИЗМ

Современный исторический туризм имеет некоторое количество разновидностей, наиболее популярная — военно-исторический (мемориальный) туризм, который существует на постсоветском пространстве и как самостоятельный турпродукт, и как компонент практически любой экскурсии. На территории Беларуси большое количество мест памяти, где могут быть организованы подобные программы. Наибольшую популярность имеют Музей истории Великой Отечественной войны, Курган Славы, Брестская крепость, мемориалы «Хатынь», «Брилевское поле», «Тростенец», «Красный Берег», «Буйничское поле» и др. Форты Гродненской крепости периода Первой мировой войны представляют интерес для любителей форт-туризма, а посетителям интерактивного историко-культурного комплекса «Линия Сталина» предлагается погружение в военную атмосферу с катанием на военной технике и стрельбой из разных видов оружия. Сотрудниками комплекса разработан событийный календарь, ежемесячно проводятся акции и мероприятия с элементами анимации и военно-исторической реконструкции разных эпох (рис. 15).



Рис. 15. Реконструкция наступательной операции «Багратион» на историко-культурном комплексе «Линия Сталина»

Главный ресурс и одновременно продукт, служащий основой историко-краеведческих туров — локальное, региональное, национальное культурное наследие. Именно оно является признаком своеобразия конкретного места, региона, страны. Историко-биографические программы знакомят туристов с местами жизни и деятельности известных людей. Одной из актуальных задач археологических туров выступает сохранение и продвижение особенностей туристической дестинации, так как данный вид туристической деятельности связан с посещением археологических раскопок с образовательной либо научной целью. Предметы и экспозиции археологических музеев (Старый замок в Гродно, «Берестье», историко-археологический комплекс «Древний Туров», Верхний город в Минске) рассказывают о человеческом опыте, прошедших эпохах, творчестве исчезнувших поколений, а также вкладе конкретной территории в историю региона и страны.

Объекты археологического наследия представляют собой значительный потенциал для развития культурного туризма. Организованный археологический туризм способен решить ряд проблем по изучению, сохранению и использованию археологических объектов. В настоящее время существуют две основные формы организации археологического туризма. При классической форме организации предполагается наблюдение объектов показа. В этом случае

речь идет, как правило, о показе раскопанных и музеефицированных памятников археологии, хотя не исключена и возможность экскурсий на наиболее выразительные в рельефе нераскопанные объекты. К этому же типу относятся экскурсии по тематическим экспозициям краеведческих, археологических и этнографических музеев. Ко второму типу (живая археология) относятся интерактивные и анимационные проекты. В мировой археологической практике уже достаточно прочно освоено несколько путей «оживления» процесса восприятия древности.

Так, одним из наиболее востребованных считается такое направление культурного туризма, как экспериментальная археология, которое появилось в рамках археологической науки. Сегодня центры исторической реконструкции, входящие в состав более крупных историко-культурных и природно-ландшафтных парков, представляют собой центры, одновременно работающие на научные, культурные, образовательные и туристские цели. Примерами таких центров являются норвежский музей истории культуры *Norsk Folkemuseum*, датский Центр экспериментальной археологии в Лейре, *Rijksmuseum van Oudheden* в Нидерландах и др. В России существуют Ассоциация экспериментальной археологии и палеопарк «Археос» [40]. Данные центры, используя активные методы исторического моделирования и исторической реконструкции, занимаются воспроизводством хозяйственного уклада, ремесел, жилищно-бытового и религиозного комплекса, а также ведут постоянную работу по популяризации экспериментальной археологии и этнографии через средства массовой информации и различные мероприятия: например, в Лейре ежегодно проводят показ мод от неолита до Средневековья, а в Челябинске — фестиваль «Путешествие в прошлое». Они собирают как представителей реконструкторского движения, ученых и студентов, так и десятки тысяч туристов. В Беларуси подобного центра пока нет, экскурсионная работа ведется на базе музея средневекового восточнославянского города «Берестье», который расположен на территории Брестской крепости, а также музейной экспозиции «Древний Туров», что находится на городище Турова в Гомельской области.

Еще один вариант живой археологии, способствующий потоку туристов, — привлечение последних к участию в полевых и камеральных археологических работах. При этом возможно краткосрочное ознакомительное участие в виде дополнения к экскурсионному

маршруту либо долгосрочное проживание в археологических исследовательских лагерях в качестве волонтеров. В Беларуси археологические раскопки учеными Белорусского государственного университета и Национальной академии наук Беларуси ведутся у д. Осовец Бешенковичского района, д. Ковальцы Гродненского района, в Славгородском, Ветковском, Россонском и Рогачевском районах, Беловежской пуще, Полоцке, Гольшанах, на Полесье и т. д. Ежегодно экспедиции принимают множество волонтеров на добровольной основе.

5.2. ЭТНОГРАФИЧЕСКИЙ ТУРИЗМ

Знакомство с другими культурами позволяет человеку лучше понять сложность современного мира, обогатить свои представления о нем, получить уникальный опыт. Характерными тенденциями современного этнографического туризма считаются повышение требований к качеству туристического продукта, его индивидуализация и адаптация под потребности туриста.

Одно из первых определений этнографического туризма было дано в 1916 г. на ярославском совещании по вопросу об экскурсиях: «При географической экскурсии нельзя игнорировать население; интересно узнать и тип его, в особенности, если данный край инородческий, религиозные верования его и быт» [18, с. 19]. В настоящее время в русскоязычной литературе распространено понятие «фольклорно-этнографический туризм», целью которого определяется знакомство с народной культурой, традиционными типами культовых сооружений, жилых и хозяйственных построек, ремеслами и промыслами, народной кухней, региональным фольклором, песнями и танцами, народным костюмом [22, с. 121]. Основа туров — этнокультурное наследие историко-этнографических регионов Беларуси. Программы туров реализуются на базе домов ткачества и вышивки, центров народных промыслов и ремесел, гончарства, соломоплетения, этнографических музеев.

Этнографические музеи (Белорусский государственный музей народной архитектуры и быта, музейный комплекс старинных народных ремесел и технологий «Дудутки», этнографический комплекс «Млын» в Заславле, Ветковский музей старообрядчества и белорусских традиций, музей народного творчества «Бездежский фартушок», этнографический комплекс «Белорусская этнографическая

деревня XIX века» в Буйничях, Музей народного быта и старинных технологий в Беловежской пуще) являются важнейшей составляющей программ этнографических туров, центром формирования, продвижения и реализации локального туристического продукта на рынке въездного и внутреннего туризма Беларуси.

Первый этнографический музей под открытым небом (скансен) в д. Озерцо был открыт в 1976 г. в целях сохранения и популяризации памятников народной культуры в природном ландшафте. Скансен демонстрирует традиционную культуру Беларуси в единстве ее региональных и локальных особенностей и относится к музеям этнографического комплексного профиля республиканского значения [38]. Здесь можно узнать о традициях и быте белорусов, принять участие в праздничных мероприятиях и народных обрядах, послушать фольклорные песни и освоить белорусские танцы, побывать на мастер-классах (рис. 16) и изготовить сувениры, а в корчме попробовать блюда и напитки национальной кухни.



Рис. 16. Мастер-класс по гончарному делу в Дудутках

Большую популярность среди туристов в последнее время набрали гастрономические туры — путешествия с целью знакомства с особенностями кулинарных традиций туристической дестинации. Среди мотивов подобных визитов могут быть посещения гастрономических фестивалей, ярмарок, кулинарных шоу. Объектами могут являться фермерские хозяйства, пищевые производства, виноградники, сыроварни, рестораны. Способ организации путешествия

может варьироваться от экскурсии с дегустацией до семинаров, мастер-классов и обучения профессионалами производству и приготовлению продуктов и блюд.

Важным аспектом гастротуризма следует считать культурный, связанный с историей и гастрономической культурой страны. Так, белорусский этнолог, знаток традиций питания белорусов, доктор исторических наук Т. Новогродский считает, что потенциал Беларуси в данном виде туристической деятельности весьма высок. К примеру, более 10 лет в д. Мотоль Ивановского района Брестской области проходит кулинарный фестиваль «Мотальскія прысмакі» (рис. 17), который демонстрирует богатство и разнообразие полеских блюд, а также способствует активизации интереса к изучению уникальных традиций питания региона. Хозяйка агроусадьбы «На Заречной улице» А. Поликарпук собирает рецепты местной кухни, использует их в своей работе с гостями, проводит мастер-классы, фестивали и конкурсы. Таким образом, гостеприимство в сочетании с национальной кухней, основанной на экологически чистых продуктах, а также возможность попробовать свои силы в изготовлении предметов домашнего обихода, знакомство с народными промыслами и ремеслами могут привлечь внимание весьма значительного числа туристов [39, с. 172–174].



Рис. 17. Эмблема фестиваля «Мотальскія прысмакі»

Одна из разновидностей этнографического туризма — этнический (ностальгический, аборигенный, сентиментальный) туризм, предполагающий посещение туристами мест детства или юности, могил родственников либо возвращение эмигрантов в места исторического проживания. Программы таких туров могут включать

элементы ритуального либо некропольного туризма: посещение кладбищ и мест памяти [22, с. 128—129]. Многие специалисты считают, что культура и этническая принадлежность коренного населения туристической дестинации является основной туристической достопримечательностью. По этой причине этническим часто называют этнографический туризм.

5.3. РЕЛИГИОЗНЫЙ ТУРИЗМ

Одним из наиболее древних подвидов культурного туризма является религиозный туризм. Принято выделять две его основные разновидности: паломнический туризм и религиозный туризм экскурсионно-познавательной направленности. [21]. Д. Решетников выделяет также организацию детских и молодежных лагерей, событийные мероприятия, миссионерство [22, с. 129—130]. Кроме того, часто проводят комбинированные туры, где собираются паломники и экскурсанты, которых объединяет стремление к духовному самосовершенствованию. А. Кусков считает отдельным направлением научный религиозный туризм [20, с. 22].

Т. Христов отмечает, что религиозный туризм экскурсионно-познавательной направленности является видом культурного туризма, а также деятельностью по организации посещения туристами, находящимися вне обычной среды проживания, религиозных мест и достопримечательностей, связанных с культурным и природным наследием, относящимся к существующим и ушедшим в историческое прошлое верованиям и религиям [41, с. 9]. Подобный вид туристической деятельности называют культурным (экскурсионным, познавательным) туризмом с религиозным содержанием. Он заключается в организации туров к святым местам, в храмы, монастыри, культовые музеи с целью ознакомления туристов с историей религии, ее месте в истории страны, произведениями архитектуры, скульптуры, живописи.

Г. Долженко делает акцент на отличиях паломнического путешествия, в котором основополагающая цель — поклонение святыне, а не осмотр достопримечательностей. Верующим людям, совершающим паломничество, важно участие в богослужениях, моление у чудотворных икон, поклонение святым мощам [18, с. 25]. Поводом к совершению путешествия может быть желание исцелиться от физического либо душевного недуга, принять обет, помолиться

за родных и близких, выполнить богоугодную работу, отмолить грехи, обрести благодать и т. д., причем верующим недостаточно совершения данных действий в условиях обычной среды проживания. Паломническое путешествие проходит в значительно менее комфортных условиях, чем обычное, так как паломник предполагает свое нахождение в условиях особых трудностей, добровольно взятых на себя. Это символизирует готовность человека пожертвовать преходящими материальными ценностями во имя вечных духовных. Так, в индуизме, православии и католицизме получили развитие пешие паломничества.

Паломники выдвигают гораздо меньше требований к уровню и качеству обслуживания, питания и размещения. Они останавливаются на ночлег в кельях монастырей, на территории ашрамов, в палаточных городках, храмах на полу или земле. Питание, как правило, очень скромное: постное или вегетарианское. Духовно-паломнический туризм также может содержать элементы оздоровительных программ, например туры по освоению аюрведы включают занятия йогой на природе (рис. 18), а также лечебные практики (занятия цигун помогают его сторонникам существенно улучшить состояние здоровья и укрепить иммунитет).



Рис. 18. Занятия йогой на природе

Классифицируют паломнические туры по числу участников и семейной принадлежности (индивидуальные, семейные и групповые), продолжительности (краткосрочные и длительные), сезонности (круглогодичные либо приуроченные к религиозным праздникам), объектам посещения (конфессиональных либо природных культо-

вых мест), местоположению объекта паломничества (внутренние и зарубежные), признаку обязательности (добровольные и обязательные) [21].

Организаторы религиозных туров стремятся приобщить людей, принадлежащих к разным конфессиям, к диалогу и взаимодействию, смягчению напряженности, существующей на религиозной и социальной почве в обществе. Они стараются использовать новые формы проведения экскурсий, применять дифференцированный подход. Так, в 2017 г. представителями Синодального паломнического отдела по делам молодежи Белорусской православной церкви были впервые проведены квест и экскурсия «Минск новомучеников». Следует отметить, что на официальном сайте Синодального паломнического отдела Белорусской православной церкви представлены разработанные сотрудниками экскурсии и туры: от однодневных «Православный Минск» и «Святыни Минска» до пятидневных «Минск — Брест» и «Полоцк — Брест» [42]. В Беларуси центрами религиозного туризма являются Свято-Успенский Жировичский ставропигиальный мужской монастырь, Полоцкий Спасо-Евфросиниевский женский монастырь, Свято-Рождество-Богородицкий женский монастырь в Бресте, Свято-Успенский мужской монастырь в Пустынках, Свято-Елисаветинский монастырь в Минске и Свято-Духов кафедральный собор, костел Вознесения Пресвятой Девы Марии в Будславе и др.



Рис. 19. Будславский фест

Особую популярность среди паломников имеет событийный аспект религиозного туризма. В Беларуси проходит ряд духовных фестивалей и праздников, где можно приобщиться к службе на открытом воздухе, поучаствовать в песнопениях, послушать органную

музыку: Будславский фест (рис. 19), Международный фестиваль органной музыки «Званы Сафіі», Международный фестиваль православных песнопений «Коложский благовест», Минский бал православной молодежи, духовно-просветительская выставка-ярмарка «Пакроўскі кірмаш», православный молодежный фестиваль «Одигитрия» в Витебске, Международный фестиваль духовной музыки «Магутны Божа» и др.

5.4. ИНТЕРПРЕТАЦИЯ КУЛЬТУРНОГО НАСЛЕДИЯ В ТУРИЗМЕ

Белорусский этнолог М. Михайлец считает, что проявлением культурного наследия может быть практически все, что человек делает, придавая этому ценность (эстетическую, историческую или экономическую). Объекты культурного наследия могут быть движимыми (от повседневной утвари до художественных шедевров) и недвижимыми (древние здания или скалы и деревья). Нематериальное культурное наследие включает обряды, фольклор, знания, навыки и т. п. [43, с. 6]

В Беларуси насчитывается более 17 500 объектов культурного туризма. Более 5500 из них находятся в Государственном списке историко-культурных ценностей Республики Беларусь, а 4 входят в Список объектов всемирного наследия ЮНЕСКО: Беловежская пуца, комплекс Мирского замка, архитектурный, жилой и культурный комплекс рода Радзивиллов в Несвиже, геодезический пункт «Дуга Струве» (рис. 20) [44, с. 234].



Рис. 20. Геодезический пункт «Дуга Струве»

Одним из важнейших принципов устойчивого развития является использование и сохранение имеющихся ресурсов, в том числе природного и культурного наследия. Для передачи этого последующим поколениям необходимо понимать ценность объектов культурного наследия, ведь передача возможна только при условии ответственного и осознанного отношения. Интерпретация облегчает данный процесс, делает его более простым и понятным, объясняет человеку ценность того или иного объекта, приближает и пробуждает чувства и эмоции. Примеров, способов, вариаций, видов и мест, в которых происходит интерпретация, сегодня тысячи. Одним из самых популярных и массовых является музейный туризм.

Именно в музеях посетители стремятся увидеть и понять то, что раньше было неизвестно или недоступно, и к этому относятся не только культурные шедевры. На базе Мемориального музея Холокоста в Вашингтоне туристы пропускают трагедию через свои внутренние миры, имея возможность ощутить себя участниками событий [28, с. 38]. По такому же принципу построен Музей Варшавского восстания, где экспозиция с помощью мультимедийных средств воздействует на все органы чувств посетителей. В разных залах экскурсанты могут почувствовать себя то на месте участников восстания, инстинктивно пригибающихся от звука бомбардировщиков, то на месте следователей НКВД, просматривающих дела. Переходя с этажа на этаж, можно собирать листки отрывного календаря с днями восстания. Внутри здания находится стальной монумент, проходящий через все этажи. Прижавшись к нему, можно услышать биение сердец жителей Варшавы 1944 г. [46].

Музейный туризм развивается в Беларуси в настоящее время достаточно интенсивно, но неравномерно. Данный вид туристической деятельности можно определить как специфический вид путешествий с целью потребления музейных туристических продуктов, таких как экспозиции, экскурсии, выставки, акции и т. д. По-прежнему сильная туристическая привлекательность крупных городов (в первую очередь столицы и исторических центров) входит в диссонанс с развитием регионального туризма. В регионах, где отсутствуют известные объекты культурного наследия национального значения, туристический поток значительно слабее.

Современные музеи всего мира активно включаются в туристические программы и маршруты, так как это позволяет расширить аудиторию посетителей и усилить финансовую стабильность

музея. Увеличивается музейная инфраструктура, формируются новые образовательные программы, организуются событийные мероприятия. Одним из важнейших направлений деятельности музея должно быть установление контактов с посетителями с учетом их потребностей в информации, обучении, развитии творчества, коммуникации и досуге. Взаимодействие с посетителями должно быть многоуровневым процессом.

Сегодня музей выступает как способ производства символических ценностей, в основе которых лежат интерпретационные и коммуникативные техники, что является базой современного музейного турпродукта. После определения туристической специализации музея, событийного компонента создаются программы и маршруты, прорабатывается логистика и инфраструктура, продумывается стратегия продвижения и взаимодействия с целевой аудиторией. Включение музейных коллективов в туристический бизнес будет содействовать расширению культурного влияния музеев, интенсификации потока посетителей, совершенствованию внутримузейной структуры, появлению специалистов новых музейных профессий, активному созданию партнерских отношений с административными и предпринимательскими структурами и, как следствие, большей финансовой самостоятельности музеев.

Актуальным решением проблемы информационной и методической поддержки музеев Беларуси является портал «Музеи Беларуси» (*museum.by*). Он дает региональным музеям доступ к результатам новейших исследований, специализированным публикациям, методической помощи, рекомендациям в сфере музейного дела, проведению онлайн-консультаций и видеоконференций (как для специалистов, так и для представителей СМИ, туристического бизнеса или общественных организаций), возможности разработки и реализации проектов на национальном и международном уровнях [45]. В 2012—2018 гг. была реализована государственная программа «Замки Беларуси», разработанная с целью создания благоприятных условий для сохранения, восстановления и рационального использования объектов историко-культурного наследия, в первую очередь замковых комплексов в Несвиже, Мире, Лиде, Гродно, Гольшанах, Крево и др.

Таким образом, будущее музейного туризма Беларуси — в развитии проектного менеджмента, специализированного туризма и музейной интерпретации, создании и адаптации инклюзивных программ, направленных на различные типы музейной аудитории,

активизации разнообразных каналов музейной коммуникации, а также в повышении качества музейного сервиса, рекламы и развития музейной инфраструктуры. Достичь данных целей помогает институт медиации, возникший в последней трети XX в. для работы с посетителями, имеющими особые потребности. Сегодня работа сотрудников музеев включает разработку специальных программ для разных категорий посетителей, формирование особого туристического продукта для детей, подготовку интерактивного компонента экскурсий, проведение комбинированных и комплексных мероприятий с использованием различных видов искусств и привлечением других учреждений культуры (рис. 21). Белорусские музеи (не только крупные, но и региональные) идут в ногу со временем.

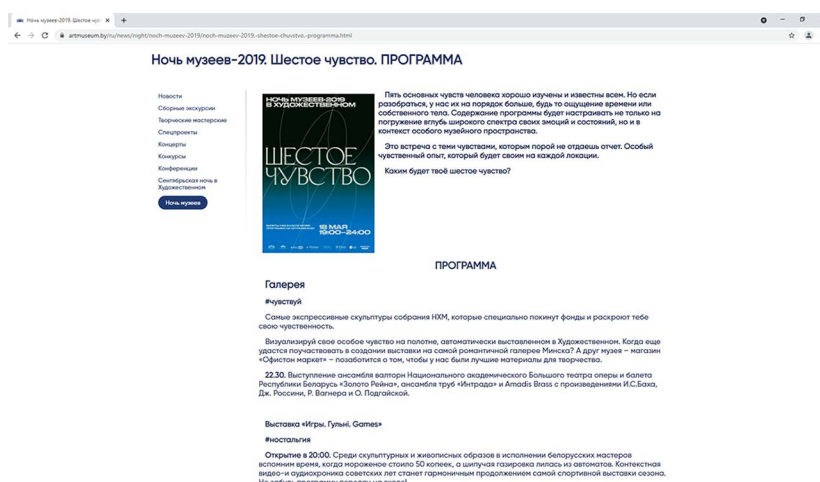


Рис. 21. Программа Международной акции «Ночь музеев» в Национальном художественном музее Республики Беларусь

Интерпретация как искусство трактовки культурного ландшафта получила начало в американских национальных парках, где проводники показывали посетителям множество вариантов проявлений взаимодействия человека с окружающей средой. Формирование экологического сознания происходит во время прогулки, перед которой туристам предлагают почистить обувь и выбросить мусор, а также поясняют, как не нанести вред окружающей среде. Таким образом, каждый участник закрепляет действием необходимые знания и учится применять их в жизни. При этом сведения подаются с применением дифференцированного подхода: активность детей и подростков, их стремление все трогать используются в интерактивных туристических программах как одна из наиболее эффективных форм учебной и воспитательной работы. Они учатся воспринимать культурный ландшафт дестинации целостно, как

единый, своеобразный природно-культурный территориальный комплекс, образовавшийся в результате эволюционного взаимодействия природы и человека и состоящий из характерных сочетаний природных и культурных компонентов, находящихся в устойчивой взаимосвязи и взаимообусловленности [44, с. 113—114]. В Беларуси подобные программы предлагают скансен «Дудutki» и экомузей «Мир пчел» (рис. 22).



Рис. 22. Авторская интерактивная программа Василия Фролова в экомузее «Мир пчел»



Рис. 23. Информационный стенд на экотропе «Белокорец» в Налибокской пуще

Значительный компонент программ интерпретации составляют образовательные модули. К примеру, на экотропе «Белокорец» в Налибокской пуще посетители учатся наблюдать животных в дикой природе, распознавать растения, понимать законы эволюции флоры и фауны. Все стенды сделаны из дружественных природе материалов, информация продублирована на тактильных стендах (рис. 23). Пройти тропу могут практически все категории посети-

телей. Возможность прикоснуться и почувствовать предмет изучения делает природу ближе, а вместе с этим приходит понимание необходимости заботы о ней.

По инициативе ЮНЕСКО более 30 лет ежегодно 18 апреля отмечается Международный день памятников и исторических мест с целью привлечения внимания общественности к вопросам сохранения объектов историко-культурного наследия. Так, в этот день проводятся тематические конференции, семинары и другие мероприятия. В Беларуси ведущими экскурсоводами и краеведами страны при поддержке Международного совета по сохранению памятников и достопримечательных мест (ИКОМОС; англ. *International Council on Monuments and Sites*) с 2009 г. было решено проводить бесплатное мероприятие, цель которого — приблизить людей к осознанию необходимости бережного отношения к уникальным памятникам архитектуры, истории и природы и их защиты. Именно поэтому была разработана эмблема (рис. 24), символизирующая бережное отношение [48].



Рис. 24. Эмблема Феста экскурсоводов в Беларуси

Кроме того, ежегодно в выходные дни, близкие к 18 апреля, по всей стране проходят сотни экскурсий, и с каждым годом их число растет, а также увеличивается количество людей, их посещающих. Проводят экскурсии как профессиональные гиды и экскурсоводы, так и местные энтузиасты-краеведы. Экскурсии имеют различные формы и проходят в неожиданных местах, демонстрируя не только монументальность дворцов, но и теплоту деревенских домов. Экскурсии дополняются анимационными элементами, свидетельствами очевидцев, легендами и т. п.

Для вовлечения максимально широкого круга участников проводятся инклюзивные экскурсии [48].

Беларусь также участвует в проведении *European Heritage Days (EHD)* — Европейских дней наследия. Это ежегодная совместная акция Совета Европы и Европейской комиссии, в которой участвуют государства, подписавшие Европейскую культурную конвенцию под девизом «Европа: общее наследие». В начале сентября под патронажем Министерства культуры Республики Беларусь проходят выставки, семинары, экспертные встречи по вопросам разрешения острых проблем в области охраны историко-культурного наследия.

Задание по теме

Добавь свой объект

Прочитайте информацию об объектах культурного наследия Беларуси, включенных в предварительный список ЮНЕСКО (*Tentative List*). Какой объект Вы добавили бы к списку и почему? Ответ подготовьте в форме эссе.

Список литературы

Belarus. UNESCO World Heritage List [Electronic resource]. — Mode of access: <https://whc.unesco.org/en/statesparties/by>. — Date of access: 10.05.2020.

Бутузов, А. Г. Этнокультурный туризм : учеб. пособие / А. Г. Бутузов. — М., 2016. — 248 с.

Клицунова, В. А. Интерпретация наследия в туризме. Новые подходы в эпоху экономики впечатлений / В. А. Клицунова. — Минск, 2015. — 219 с.

Наваградскі, Т. А. Народная кухня Семежава / Т. А. Наваградскі, І. У. Алюніна, С. А. Захаркевіч. — Мінск, 2012. — 248 с.

Олюнина, И. В. Современная практика экскурсионной работы в Республике Беларусь : учеб.-метод. пособие / И. В. Олюнина, Н. В. Сулова. — Минск, 2014. — 142 с.

Этналогія Беларусі: традыцыйная культура насельніцтва ў гістарычнай перспектыве : вучэб.-метада. дапам. / Т. А. Наваградскі [і інш.]. — Мінск, 2009. — 335 с.

Олюнина, И. В. Роль этнографического туризма в функционировании туристической дестинации / И. В. Олюнина // Пытанні мастацтвазнаўства, этналогіі і фалькларыстыкі / навук. рэд. А. І. Лакотка ; Цэнтр даслед. беларус. культуры, мовы і літ. НАН Беларусі. — Мінск, 2018. — Вып. 25. — С. 298—304.

Глава 6

АГРОЭКОТУРИЗМ

В последней трети XX в. человечество осознало, насколько колоссален вред, нанесенный его деятельностью окружающей среде. К людям по всему миру пришло понимание, что дальнейшее существование и развитие человечества возможно только при условии восстановления экологической чистоты среды его обитания и гармоничного взаимодействия с ней. Так появилось понятие экологического мышления, которое поставило перед человечеством Цели устойчивого развития (ЦУР), направленные на решение данной задачи (рис. 25).



Рис. 25. Цели устойчивого развития в Беларуси

Реализация ЦУР будет способствовать развитию и поощрению устойчивого туризма, созданию рабочих мест, развитию местной культуры и производству местной продукции. Кроме прочего, работа по достижению восьмой (достойная работа и экономический рост) и двенадцатой (ответственное потребление и производство) ЦУР сделает возможным эффективное развитие социального туризма, путешествия более широкого круга людей (как по Беларуси, так и за ее пределы) [49, с. 303]. Еще одна проблема, требующая срочного решения — преодоление разрыва в развитии туризма между столицей и малыми городами Беларуси. Предполагается обратить внимание на ряд факторов, определяющих успех дестинации: наличие туристических ресурсов, социальной и туристической инфраструктуры, географическое положение и транспортная доступность [50, с. 38]. Во многом данную проблему было призвано решить развитие агроэко туризма в Беларуси, которое началось в 2002 г. и получило поддержку на государственном уровне.

Появился уникальный термин «агрэкотуризм», который объединил в себе туристическую активность, связанную с сельским укладом жизни на природных территориях. В Указе Президента Республики Беларусь от 2 июня 2006 г. № 372 «О мерах по развитию агрэкотуризма в Республике Беларусь» агрэкотуризм определялся как временное пребывание граждан Беларуси, иностранных граждан и лиц без гражданства в сельской местности, малых городских поселениях в целях получения соответствующих услуг, оказываемых субъектом агрэкотуризма для отдыха, оздоровления, ознакомления с природным потенциалом страны, национальными культурными традициями без занятия трудовой, предпринимательской и иной деятельностью, оплачиваемой и (или) приносящей прибыль (доход) из источника в месте пребывания. Определение утратило силу в 2017 г., когда вступил в силу Указ Президента Республики Беларусь от 9 октября 2017 г. № 365 «О развитии агрэкотуризма», где определено, что данный вид туристической деятельности направлен на ознакомление агрэкотуристов с природным и культурным потенциалом страны, национальными традициями в процессе отдыха, оздоровления, временного пребывания в агрэкоусадах [51].

В 2025 г. заканчивается действие Указа Президента от 2 июня 2006 г. № 372 «О мерах по развитию агрэкотуризма в Республике Беларусь». Указ предполагает льготное налогообложение и поддержку предпринимательства в данном сегменте. Дальнейшее развитие агрэкотуризма, который в настоящее время является самым развитым видом туристической деятельности в Беларуси, пока не определено. Однако популярность сельского и экологического туризма неуклонно растет. Это подтверждает тот факт, что 2020 г. объявлен в мире Годом сельского и экологического туризма, а в будущем в Минске планируется проведение мирового форума по сельскому туризму.

6.1. SLOW-КОНЦЕПЦИЯ И УСТОЙЧИВЫЙ ТУРИЗМ

Первой европейской страной, которая активно стала популяризировать идею осознанного отдыха без спешки, стала Италия. В ней находится много маршрутов, предполагающих медленное передвижение пешком либо на немоторизованных средствах транспорта:

паломнические пути, конные и трекинговые тропы, сеть веломаршрутов и т. д. С течением времени европейские туристы стали понимать, что им неинтересно бегать за гидом, чтобы успеть посетить все достопримечательности и обязательно запечатлеть себя на их фоне. *Slow*-концепция в туризме предполагает вдумчивое знакомство с природным и культурным наследием места пребывания, подразумевает принцип нулевого километра — покупки продуктов и изделий только местных фермеров и мастеров, изготовленных по местным рецептам и технологиям. Главный мотив путешественника — забыть о городском ритме, спокойно переживать и накапливать впечатления, двигаться медленно, познавать окружающую действительность осознанно и вдумчиво. Движение стало настолько популярным, что 2019 г. был объявлен в Италии Годом медленного туризма. Были проанализированы ресурсы, безопасность маршрутов, наличие необходимой инфраструктуры, а также служб контроля передвижения путешественников и медицинской помощи. Появились даже заповеди медленных туристов: выбирай сельский туризм или экоотели, избегай слишком популярных мест, перемещайся на велосипеде, экомобиле, лошади, убирай за собой и правильно сортируй мусор, не пользуйся пластиковой посудой, изучай местную культуру, приобретай только местные продукты, не навреди местным животным и т. п.

Slow-концепция затронула и аспект питания в туризме. В противовес идее фастфуда в 1989 г. появилась концепция *Slow food* (рис. 26), которая была закреплена созданием итальянскими любителями здорового питания одноименной международной ассоциации. Цель объединения — пропаганда экологически чистой системы питания, которая бережно относится к традициям, сохраняет культурную идентичность [39, с. 171]. Члены ассоциации поддерживают идею формирования общества, где все люди имеют доступ к качественным продуктам питания и получают удовольствие от еды, которая полезна для них, выгодна для производителей и не приносит вреда планете. Ассоциация выступает против стандартизации вкусов и культур, власти транснациональных корпораций в пищевой промышленности и агропромышленном комплексе. Основные принципы концепции *Slow food*:

- вкусно: потребляются только свежие сезонные продукты, которые приятны для органов чувств и являются частью местной культуры;

- чисто: производство и потребление продуктов питания не наносит вреда окружающей среде, благосостоянию животных и здоровью человека;
- честно: формируются доступные цены для потребителей, справедливая оплата и достойные условия труда для производителей [52].



Рис. 26. Эмблема и девиз движения *Slow food*

Один из самых популярных европейских маршрутов медленного туризма — Путь Святого Иакова, который пролегает через Францию, Испанию и Португалию. За год его проходят (полностью либо частично) в среднем более 300 000 туристов. В Беларуси существуют аналоги европейских маршрутов, построенные по принципу американских *Greenways*.

Одновременно со *Slow*-концепцией стало популярно понятие *устойчивого туризма*, которое предполагает большую социальную ответственность, выполнение обязательств по отношению к природе, а также вовлечение местного населения во все процессы, связанные с управлением туристической деятельностью [53]. Основная цель устойчивого туристического бизнеса — удовлетворить потребности современных туристов и принимающих регионов, охраняя и приумножая возможности для будущих потомков. При этом вовлекать следует только ресурсы конкретной туристической дестинации, заботясь о благосостоянии и интересах ее жителей. Управление всеми ресурсами должно осуществляться так, чтобы в процессе реализации экономических, социальных и эстетических потребностей сохранить целостность культуры и экосистемы, биологическое разнообразие и системы жизнеобеспечения. Продукция устойчивого туризма существует в согласии с местной

средой, обществом, культурой таким образом, что это приносит пользу развитию туризма.

Субъекты туристической деятельности, действующие согласно принципам устойчивого туризма, должны обеспечивать оптимальное использование природных ресурсов, помогая сохранить биоразнообразие, уважать социокультурные особенности принимающих сообществ, сохранять их культурное наследие и традиционные ценности и способствовать межкультурному пониманию и терпимости, гарантировать долгосрочные экономические операции, предоставляя и справедливо распределяя социально-экономические преимущества для всех участников.

Развитие устойчивого туризма требует не только высокого уровня информированности и согласованности действий всех заинтересованных сторон, но и постоянного контроля над его воздействиями для принятия профилактических и/или корректирующих мер всякий раз, когда это необходимо, так как устойчивый туризм — непрерывный процесс [53].

В русле развития концепции устойчивого туризма также определяется экотуризм как путешествие, осознанно и ответственно совершаемое экологически мыслящим туристом. Такое путешествие получило множество определений: тихий, свободный, адаптированный, зеленый, мягкий, дикий, нетехнизированный, ландшафтный, альтернативный, природный (природо-ориентированный, приближенный к природе, дружественный природе) туризм и др.

6.2. ЭКОЛОГИЧЕСКИЙ ТУРИЗМ

За последние десятилетия отечественные и зарубежные эксперты делали акценты на самых разных аспектах организации экологического туризма. Самый первый — путешествие в природную среду. Многие специалисты подчеркивают, что выбор туристической дестинации должен быть обусловлен относительной нетронутостью природных территорий [54, с. 107; 17, с. 42]. Однако большинство считает, что экопутешествие можно осуществить практически в любом природном окружении [18, с. 33; 20, с. 22; 11, с. 213]

Особенно важным многие ученые считают ответственное отношение к путешествию. В первую очередь это касается поведения туриста по отношению к сохранению экосистемы места пребывания. Здесь важно и непревышение емкости ресурсов территории,

и использование ресурсосберегающих технологий, и поддержка местных фондов и общественных организаций. Экспертами Международной организации экотуризма были сформулированы основные принципы экопутешествия:

- сведение к минимуму физических, социальных, поведенческих и психологических последствий для людей и экосистемы;
- повышение экологической и культурной осведомленности и уважения;
- обеспечение положительного опыта для посетителей и хозяев дестинации;
- оказание финансовой помощи для сохранения экосистемы;
- соблюдение интересов местного населения;
- предоставление гостям незабываемого опыта интерпретации, который поможет повысить чувствительность к политическому, экологическому и социальному климату страны пребывания и др. (рис. 27) [55].

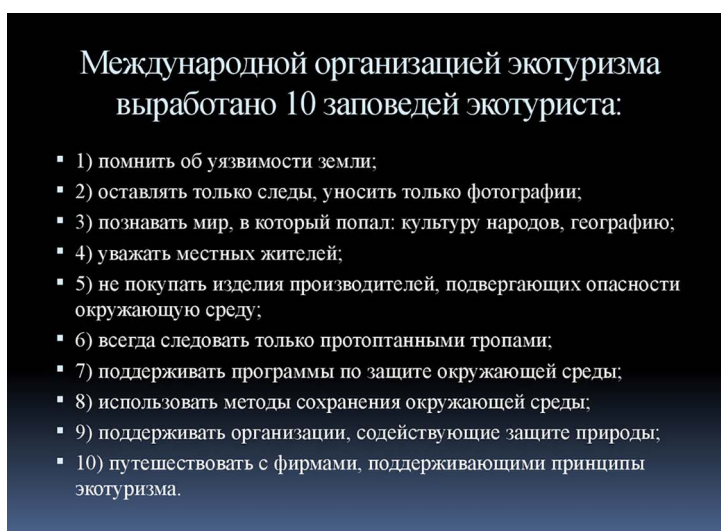


Рис. 27. Десять заповедей экотуристов

Ответственность и осознанность приветствуются не только по отношению к экотуристам, так как на отдыхе рекомендуется быть активным, заниматься самообразованием и укреплением здоровья (допустимы умеренные физические нагрузки в русле *wellness*-концепции), но и к местным жителям: экотурист может способствовать развитию территории дестинации и укреплению благосостояния местных жителей (волонтерским трудом либо финансовым пожертвованием). В программе путешествия должны содержаться элементы экопросвещения, направленные на понимание важности береж-

ного отношения к природе [22, с. 68]. В. Храбовченко подчеркивает важность уважения интересов местного населения при реализации туристских потребностей в познании природы и внесении вклада в сохранение экосистем [56].

Программы в экотуризме содержат образовательный, научный и спортивный компоненты. Программы познавательного направления знакомят туристов с особенностями ландшафта территории, уникальной флорой и фауной, гармонично вписанными в окружающую местность памятниками материальной культуры и истории. Главным инструментом ознакомления туристов с окружающей средой являются экологические тропы. В рамках данного направления возможно применение дифференцированного подхода при составлении разных по сложности программ обучения. В научных турах участники получают необходимую деловую и научную информацию об объектах, находящихся на изучаемой территории. Все чаще на базе национальных парков, заказников и заповедников проводятся конгрессные мероприятия, позволяющие реализовать программы данного направления. Спортивные туры, как правило, предполагают довольно активное перемещение участников по территории в сочетании с ознакомлением с природными ландшафтами, флорой и фауной местности (рис. 28).



Рис. 28. Сплав на байдарках по территории Национального парка «Нарочанский»

Кроме данных направлений, весьма популярна так называемая *неявная рекреация* — сбор грибов и ягод, сенокошение, рыбная ловля, сбор трав и цветов. Такие простые занятия, направленные на освоение человеком природы, предполагают длительное пребывание

в ландшафте, отвлечение от обыденности, смену вида деятельности, наблюдение. Данный способ рекреации имеет элементы этнографического туризма, поскольку хозяйственная деятельность человека тесно связана с природным окружением [59, с. 18]. Если в природной зоне расположены базы отдыха и санатории (рис. 29), экологический туризм будет сочетаться с оздоровительным и лечебным, так как именно на взаимодействии человеческого организма с природными ресурсами построены основные принципы климатолечения.



Рис. 29. Туристический комплекс «Дривяты» в Национальном парке «Браславские озера»

Проектирование экотура будет зависеть от выбора целевой аудитории и учета половозрастного фактора, профессиональных, этнопсихологических особенностей, а также квалификации гидов, характеристики объектов и ресурсов. В зависимости от этого туроператором проектируется маршрут, сценарий и рекреационные модули тура, комплекс рекреационных и экскурсионных услуг.

В Беларуси только начинают появляться туроператоры, специализирующиеся именно на создании экотуров. Одним из таких является туроператор «Экосистема туризма», предлагающий круглогодичные индивидуальные туры по наблюдению за дикими животными и птицами, тур в Березинский заповедник «Природа и мифы», индивидуальный сплав по Исlochи «Хранители реки», а также групповые экотуры на Голубые озера и в Налибокскую пушу [58].

В Национальной стратегии развития особо охраняемых природных территорий (ООПТ) до 2030 г. экотуризм определяется как путешествие именно на территории ООПТ с изучением природного

и культурного наследия, а также получением положительных эмоций от общения с природой и отсутствием негативного воздействия на окружающую среду. Наиболее популярными объектами экологического туризма в Беларуси являются национальные парки «Нарочанский», «Припятский», «Браславские озера» и «Беловежская пуща», а также Березинский биосферный заповедник и республиканские ландшафтные заказники (РЛЗ) «Налибокский», «Красный бор», «Споровский», «Озеры» и «Ельня». В РЛЗ «Налибокский» ежегодно бывает 6000—7000 туристов, около половины из них — дети, поэтому турпродукт заказника диверсифицирован для разных категорий посетителей. По территории проходят часть европейского веломаршрута *EuroVelo-2*, трасса *Bike 4 SDGs*, а также веломаршрут *Greenway*-кластера «Воложинские гостинцы», в состав которого входит РЛЗ «Налибокский». Исlochь и Западная Березина, протекающие по территории заказника, пользуются спросом у любителей сплавов на байдарках, поэтому для них в наличии несколько оборудованных стоянок. Кроме того, заказник посещают бердвотчеры, любители фотоохоты, ученые-экологи. Для данных категорий посетителей разработаны индивидуальные туры. В заказнике несколько экотроп, в том числе первая в Беларуси экотропа для людей с особыми потребностями. Руководство заказника активно внедряет инновационные технологии восстановления экосистем (например, ревайлдинг — возвращение крупных животных в места их исконного ареала), регулярно проектирует и создает новые маршруты. Многие специалисты считают, что одной из фишек Беларуси в сфере природного туризма станут болотные туры, так как уникальность этого турпродукта очевидна. Именно белорусские болота давно именуют легкими Европы, а РЛЗ «Ельня» получил название «белорусские Бермуды». Экотропа «Ольманские болота» весьма популярна у европейских туристов, однако там проводятся в основном индивидуальные туры.

В Беларуси много энтузиастов, поддерживающих развитие эко-туризма: ОО «Ахова птушак Бацькаўшчыны», ОО «Зеленая экономика» и др., которые разрабатывают национальную стратегию по развитию экологического туризма в Беларуси, что решит наиболее актуальные проблемы (снижение антропогенной нагрузки на ООПТ, обеспечение безопасности и комфорта туристов, предоставление максимально достоверной и достаточной информации посетителям, создание необходимой инфраструктуры). Одним из наиболее перспективных направлений в экотуризме сегодня является созда-

ние *Greenways* — зеленых маршрутов (рис. 30) [47, с. 146]. Идея многофункциональных туристических маршрутов природного и культурного наследия, проходящих вдоль естественных экологических коридоров, рек, исторических торговых путей, старых железных дорог, принадлежит специалистам американских национальных парков. Первый зеленый маршрут — «Изумрудное ожерелье» — появился для спасения парка вокруг Бостона в конце XIX в.

В Беларусь модель *Greenways* пришла из Центрально-Восточной Европы, адаптированная к специфике региона. Маршруты «Янтарный путь», «Моравские винные тропы», «Зеленый велосипед», «Путь аистов» объединяют страны, туристские достопримечательности и местные инициативы, поддерживают развитие туризма и отдыха, благоприятного для окружающей среды, пропагандируя здоровый образ жизни и немоторизированные формы передвижения: велотуризм, пеший и конный туризм, водный и горный туризм и проч. Кроме того, *Greenways* создают возможности для улучшения уровня жизни и состояния окружающей среды, оживления местной экономики, продвижения региональной продукции и развития предпринимательства среди сельских жителей, а также сохранения уникальных природных и культурных ценностей [59].

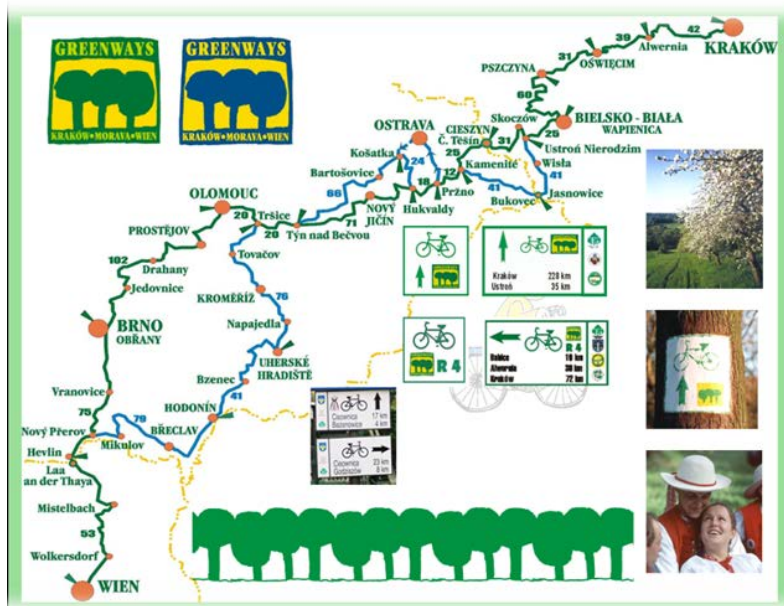


Рис. 30. Схема *Greenways* «Краков — Моравия — Вена»

Методология создания *Greenways* довольно сложна, так как требуется произвести своеобразную инвентаризацию и каталогизацию всех ресурсов региона для того, чтобы понять, в чем его своеобразие,

уникальность и неповторимость. Затем нужно обозначить главную ось маршрута, соединяющую привлекательные для туристов памятники природного, культурного и исторического наследия, после — сеть разнообразных локальных тематических троп-петель, вписывающихся в главную ось: велосипедных, пеших, конных, водных и т. д. На основе проложенных маршрутов создается турпродукт, соответствующий условиям устойчивого туризма, разрабатывается фирменный стиль, издаются карты и путеводители. Проект должен завершиться формированием устойчивого государственно-частного партнерства в регионе и утверждением координатора маршрута.

В Беларуси в 2006 г. европейский фонд «Партнерство для окружающей среды» совместно с БОО «Отдых в деревне» предпринял попытку создания сети *Greenways*. Проводились многочисленные конференции, семинары, обучающие поездки, мастер-классы и встречи с экспертами. В результате были сформированы схемы и карты пилотных зеленых маршрутов Беларуси: «Голубое ожерелье Россон», «Край жоўтых гарлачыкаў і сірых валуноў», «Ігуменскія конныя сцежкі», «Нёманскі шлях», «Зельвенскі дыярыуш» и др. Однако самым жизнеспособным оказался маршрут «Валожынскія гасцінцы», трансформировавшийся в настоящее время в кооператив [60]. Маршрут расположен недалеко от Минска и включает агроусадьбы «Налибокские васильки» (рис. 31), «За мосточком», «Мартинова гусь», «Хутор Борок», «Ботян», экомузей «Мир пчел», инклюзивную экотропу «Белокорец» и т. д. Рядом расположены Раков, Ивенец, Крево, Вишнево, Воложин и Гольшаны, где предлагается широкий спектр экскурсионных услуг.



Рис. 31. Василий Шакун, хозяин агроэкоусадьбы «Налибокские васильки»

Дальнейшее развитие экотуризма в Беларуси станет важным средством достижения ЦУР, будет способствовать экономическому и социальному развитию региональных центров и малых городов, а также сохранению уникальных культурных ландшафтов страны.

6.3. СЕЛЬСКИЙ ТУРИЗМ

Изучение экологического туризма неразрывно связано с сельским туризмом, поскольку агрорекреация сегодня — форма рационального природопользования в условиях масштабного экологического кризиса (вырубка лесов, загрязнение, зарастание и обмеление рек, деградация и падение плодородия почв). Современный отдых в сельской местности практически невозможен без поддержки местных производителей, заботы о сельских ландшафтах и памятниках истории и культуры. Туристы, находясь в сельской местности, хотят употреблять экологически чистую сельскохозяйственную продукцию. Для этого необходима реализация принципов местного самоуправления, распределение прибыли среди местного населения, улучшение местной гастрономии и средств размещения. Только в случае объединения усилий может быть создан уникальный локальный продукт.

Существует ряд подходов к обозначению сути и мотивов занятий сельским туризмом. Так, Д. Решетников считает, что сельский туризм предполагает питание экологически чистыми продуктами, общение с сельскими жителями, знакомство с народными промыслами и ремеслами, приобщение к сельскому укладу жизни и возможность участия в сельскохозяйственных работах [22, с. 80—81]. Другие специалисты указывают на возможность участия туристов в сельских праздниках, обрядах, ярмарках и фестивалях, а также обращают внимание на возможность оздоровления. На наш взгляд, агроэкотуризм в Беларуси — это этнографический туризм, поскольку включает рекреационные модули (оздоровительный, событийный, сельский, экологический, аграрный, культурный, исторический, гастрономический, крафт-туризм, а часто и элементы приключенческого и религиозного), из которых складывается уникальный туристический продукт, реализация которого возможна как для граждан Беларуси, так и для гостей страны вне сезонов и по всей территории республики.

В современном мире насчитывается более 600 000 агроусадоб (около 15 % от всех средств размещения), в Беларуси сегодня — более 2700. Важно отметить, что в Беларуси именно агроэкотуризм стал наиболее развитым видом туристической деятельности, и количество дополняет качество: по результатам ежегодных опросов разных туристических порталов и изданий, в последние десятилетия Беларусь становилась лидером в сегменте сельского туризма [61]. Эти успехи были отмечены экспертами ЮНВТО. Планировалось проведение масштабного международного форума в мае 2020 г., которое было отложено из-за пандемии *COVID-19*.

Причинами успеха стал ряд факторов, прежде всего то, что развитие сельского туризма на начальном этапе (с конца 1990-х гг.) стало складываться из сотрудничества бизнеса и местных властей, т. е. механизмы государственно-частного партнерства формировались изначально. Ключевой точкой процесса стало появление ОО «Агро-и экотуризм» (сейчас — БОО «Отдых в деревне»), так как именно благодаря усилиям его председателя — Валерии Клицуновой — сельский туризм в Беларуси приобрел современный облик и форму. Этап создания базовой инфраструктуры и налаживания международного и внутреннего партнерства продолжался до 2007 г., когда Беларусь посетил генеральный секретарь ЮНВТО Ф. Франжиалли, который дал новый импульс развитию агроэкотуризма. В 2006 г. термин «агроэкотуризм» был закреплен на законодательном уровне. Появились нормативные акты, были запущены многие международные проекты, стали создаваться туристические дестинации, готовые формировать новый турпродукт. При наличии государственной поддержки и программы льготного кредитования субъектов агроэкотуризма ОАО «Белагропромбанк» буквально за несколько лет количество усадеб взлетело до полутора тысяч. В. Клицуновой были организованы многочисленные стажировки и обучающие семинары для хозяев усадеб, которые смогли увидеть и перенять европейский опыт. Кроме того, были созданы региональные общественные советы по агроэкотуризму.

Третий этап развития продолжался до 2015 г., когда страну посетил следующий генеральный секретарь ЮНВТО Т. Рифаи, который отметил успехи Беларуси и посоветовал ввести более точную систему учета туристов — спутниковые счеты. Белорусское общественное объединение «Отдых в деревне» вошло в Международное общество экотуризма, Европейский центр эко- и агротуризма, Европейскую

федерацию сельского туризма, ассоциацию *Slow food* и др., вследствие чего белорусский сельский туризм получил международное признание. Был создан общественно-консультативный совет по агроэкотуризму при Департаменте по туризму Министерства спорта и туризма Республики Беларусь, стал прорабатываться более эффективный механизм государственно-частного партнерства, завершился проект по созданию 17 агротуристических кластерных дестинаций в Брестской и Гродненской областях.

На современном этапе развития туристический продукт агроусадеб в основном диверсифицирован. Многие заняли свою нишу на рынке и успешно работают, внедряя инновации, экологический подход, соответствуя мировым трендам развития экономики впечатлений. Сегодня хозяева белорусских усадеб заботятся обо всех категориях посетителей, выбирая инклюзивные методы при формировании программ. Реализуются международные проекты *BELLA CULTURE*, «Креативный возраст», «Воложин без барьеров», «Поддержка женщин в фермерстве, агротуризме и ремесленничестве» и др. Работа по интерпретации природного и культурного наследия Беларуси получила воплощение в открытии в 2017 г. Центра мифологического туризма в Березинском заповеднике.

Промежуточные итоги развития агроэкотуризма в Беларуси В. Клицунова подвела в интервью ведущему тревел-журналисту Беларуси Н. Суловой. Она отметила, что важность развития агроэкотуризма прежде всего в том, что данный вид туризма придал новый облик белорусской деревне, помог ей трансформироваться и продолжать развиваться. Это стало возможным только при поддержке государства, поэтому принятие Указа Президента Республики Беларусь от 2 июня 2006 г. № 372 «О мерах по развитию агроэкотуризма в Республике Беларусь» — знаковое явление. Важным этапом стало установление прочного сотрудничества с ОАО «Белагропромбанк», совместное проведение международных конференций и семинаров, а также ежегодного республиканского конкурса «Лучшая агроэкоусадьба года», который стал стимулом проявления хозяевами креативности и внедрения инноваций [62].

Следует отметить, что развитие гастрономического туризма в Беларуси получило новый импульс в 2009 г., когда при содействии БОО «Отдых в деревне» была издана книга «Народная кухня мотольян» по итогам этнографической экспедиции в д. Мотоль Ивановского

района Брестской области под руководством доктора исторических наук, профессора, заведующего кафедрой этнологии, музеологии и истории искусств исторического факультета БГУ Т. Новогородского. К слову, экспедиции проводятся сотрудниками кафедры ежегодно в разных регионах страны. В результате была подготовлена серия научных изданий, в которых зафиксированы особенности региональных традиций питания белорусов. Часть из них была издана, но большая часть ждет публикации. В целях развития гастрономического туризма сотрудниками БОО «Отдых в деревне» совместно со студентами факультета международных отношений БГУ была разработана кулинарная карта в виде сайта *gastinia.by*.

Динамика количества усадеб выглядит следующим образом: от 34 субъектов агроэкотуризма в 2006 г. до 2700 — в 2020 г. (лидерство удерживают Минская и Витебская области, затем — Брестская и Гродненская). Такая ситуация уникальна, так как ни в одной из соседних стран не наблюдалось подобного роста, обусловленного комплексом причин: прогрессивная нормативно-правовая база, государственная поддержка, активность общественных региональных советов и местных энтузиастов, льготная программа кредитования ОАО «Белагропромбанк», проекты международной технической помощи. За 20 лет становления агроусадеб сегментировали виды услуг, каждый субъект выбрал свою специализацию: гастрономия, крафт-туризм, этнография, оздоровление, активный отдых, аграрный туризм, анимация и т. д. Современный белорусский агроэкотуризм развивается по нескольким моделям: развитие малого и среднего семейного бизнеса, работа этнографических комплексов (экомuzeи, деревни, дворянские усадьбы (рис. 32)), создание частных и государственных сельскохозяйственных парков. Приоритетами развития стали такие направления, как природа и здоровье (организация зеленых маршрутов с посещением природных территорий и соблюдением принципов устойчивого туризма), национальная кухня (организация туров с ознакомлением, приготовлением и дегустацией национальных блюд согласно народным традициям питания белорусов), спорт (создание сети активных туристических маршрутов с использованием спортивной инфраструктуры, тематических парков, палаточных городков), культурное наследие (формирование турпродукта на основе материального и нематериального историко-культурного наследия).



Рис. 32. Агротуристический комплекс «Коробчицы» в Гродненской области

Одним из важнейших результатов развития агроэкотуризма в Беларуси стало появление семейных династий хозяев усадеб («Верес», «На Заречной улице», «Серая шейка», «Заречаны» и др.), что обеспечивает сохранение и передачу традиций, укрепление авторитета старшего поколения и профессиональную реализацию молодежи. Актуальные вызовы, которые сегодня ставит перед хозяевами белорусских усадеб логика развития туристического рынка, заключаются в следующем: необходимо эффективнее продвигать продукт на международной арене, активнее внедрять кластерные модели и налаживать государственно-частное партнерство в устойчивом развитии регионов.

Наиболее устойчивым и успешным агротуристическим кластером в Беларуси сегодня стала «Муховэцька кумора». На географически близкой территории (Кобринский и Жабинковский районы Брестской области) сконцентрированы туристические объекты, которые совместно используют туристские ресурсы и специализированную туристскую инфраструктуру региона, а также локальные рынки труда. Хозяева усадеб осуществляют совместное управление и маркетинговую деятельность для повышения конкурентоспособности своей территории на туристическом рынке страны. Предприятия и организации, входящие в кластер, работают с разной степенью эффективности, поэтому за десятилетие существования начальный состав участников кластера поменялся. Неизменным остается координатор — хозяева усадьбы «На Заречной улице» Алла и Сергей Поликарпук (рис. 33). Алла Поликарпук также явля-

Управление развитием территории дестинации нацелено на использование природно-экологического потенциала долины р. Мухавец. Отсюда первая составляющая названия «Муховэцька кумора». Кумора в местном полесском говоре — кладовая. Именно там хозяйки хранят все самое ценное в доме. Таким образом, деятельность агротуристического кластера «Муховэцька кумора» направлена на открытие туристу кладовой материальных и нематериальных культурных ценностей региона, а значит, на развитие этнографического туризма.

Ядро кластера составляют агроусадьбы. Так, агроусадьба «На Заречной улице» расположена в Кобринском районе в д. Пески-1 (в 10 км от районного центра, на хуторе, в 1,5 км от автомагистрали «Брест — Москва», на берегу р. Мухавец). На ее территории есть дом, построенный в 1903 г. с печью и камином, где собрана богатая коллекция домашней утвари, одежды, мебели начала XX в. Агроусадьба «Купалинка» расположена в д. Клещи, где находилось родовое поместье представителей одного из древнейших польских дворянских родов Шадурских. Главными достопримечательностями усадьбы «Волосюков хутор» являются старый дом, где комнаты для отдыха оформлены в деревенском стиле, а также великолепная природа, сочетающаяся с активным крестьянским бытом и колоритной местной культурой. На живописном хуторе Залузье, в сосновом лесу, недалеко от шлюзов на р. Мухавец, находится усадьба Шадриных, хозяева которой — мастера художественной резьбы по дереву. Кроме агроусадоб «Млынок», «Борисово», «Стулы», «Княжая гора», «Цветочный рай», «Олизаров став» и др., в кластер входят туристический комплекс «Славянское подворье» и культурно-образовательный центр «Вясковы рэнесанс».

Также партнерами кластера являются мастера резьбы по дереву Владимир Чиквин и Вячеслав Доротько, мастерица соломоплетения Валентина Жолох, мастерица лозоплетения Виктория Лукашук, модельер Марина Бонифатьева (рис. 35), а также клубы военно-исторической реконструкции «Железный желудь», «Перунова кола» и фольклорные коллективы «Магдалина» и «Зараница». Кластер сотрудничает с санаториями, конными базами, велосипедными обществами, музеями и другими объектами, оказывающими туристические услуги. На базе агроусадоб организовывается проведение белорусских народных обрядов и праздников, мастер-классов, на которых туристы имеют возможность изготовить изделия, связанные с традиционными ремеслами белорусов,

и приобрести сувенирную продукцию. К примеру, А. Поликарпук регулярно проводит кулинарные мастер-классы, знакомящие туристов с особенностями и традициями культуры питания Белорусского Полесья [63].



Рис. 35. Работы модельера М. Бонифатьевой



Рис. 36. Туристическая прогулка по р. Мухавец на драккаре «Слейпнир»

Участники клуба военно-исторической реконструкции «Перунова кола» устраивают показы мужских и женских костюмов раннего Средневековья ручной работы, а также предметов быта древних славян, вооружения и доспехов. Кроме того, члены клуба проводят мастер-классы по кузнечным, скорняжным, столярным работам. Также клуб принимает активное участие в организации и прове-

дении кластером белорусских народных обрядов и праздников. Уникальной туристической услугой кластера является своеобразное путешествие во времени, которое можно совершить по р. Мухавец — прохождение части одного из старинных водных торговых путей Из варяг в греки на драккаре, построенном С. Поликарпуком в стиле раннего Средневековья (рис. 36).

Сельский туризм дает посетителям ощущение уединенности и спокойствия вдали от мест массового скопления людей, областей интенсивной туристической деятельности. Основным мотивом для выбора сельской дестинации становится желание релаксации, побыть на природе, уделить время себе, друг другу. Ключевым понятием сельского туризма является сельская культура (как традиционная, так и современная), ее акцент на аутентичность и региональный характер, устойчивость и экологичность. Кроме того, важную роль играет контакт с хозяевами усадеб, а также ознакомление с производством и потребление местных продуктов [64, с. 12].

Основой активного развития современного сельского туризма являются следующие факторы: рост услуг для туристов золотого возраста, повышение экологической сознательности туристов, качества туристических услуг, предпочтение краткосрочного отдыха и туров выходного дня. Преимущества выбора данного вида туристической деятельности очевидны: покой, уединенность, чистый воздух, природный ландшафт, сельская культура. В деревне гораздо меньше транспорта, он более экологичен, возможно наблюдение за животными. При этом есть и слабые стороны: плохая досягаемость, недостаточное предложение и низкая плотность туров, неквалифицированные кадры, отсутствие занятий в плохую погоду, проблемы с инфраструктурой.

При построении стратегии развития агроэкотуризма необходим *SWOT*-анализ и инвентаризация всех ресурсов региона, потенциально интересных для туристов. Включение регионального музея в туристический кластер предусматривает развитие государственно-частного партнерства, гибкое использование бюджетов всех уровней и внебюджетных средств при создании музейно-туристических комплексов, которые предоставляют конкурентоспособный музейный продукт и создают туристскую инфраструктуру. Для развития локального туризма необходимо максимально задействовать все потенциальные туристические объекты, так как

это обеспечит возможность выбора для туристов и повысит конкурентоспособность комплексного продукта. При этом все объекты кластера должны активно включиться в разработку программ регионального развития, позиционирования и продвижения территории, конструирования ее образов и брендов. Кроме того, необходимо применять ряд методов регионального планирования: экономический, рекреационный, межотраслевой, маркетинговый и др. При выборе дестинации необходим комплексный подход с учетом сегментирования услуг [65, с. 35].

В Беларуси наблюдаются лишь редкие случаи сотрудничества агроэкоусадоб с туроператорами, так как, по сути, все функции туроператоров усадьбы выполняют самостоятельно. Помимо этого, часто в усадьбах невозможно поселить группу в связи с ограниченным количеством комнат. Однако на уровне индивидуально-го приема субъекты агроэкотуризма справляются с задачей продвижения своего региона. Хозяева усадоб формируют турпродукт в соответствии с нормативной базой, при этом основной задачей является знакомство гостей с локальным природным и культурным наследием. Продажа турпродукта (например, прогулки и экскурсии по окрестностям) завершается вложением средств в инфраструктуру региона.

Задание по теме

Создай кластер

С помощью матрицы SWOT-анализа (см. ниже) проанализируйте ресурсы одного из регионов Беларуси (по выбору).

	Внутренние факторы	Внешние факторы
Может способствовать достижению целей	Сильные стороны (<i>Strengths</i>)	Потенциальные благоприятные возможности (<i>Opportunities</i>)
Может препятствовать достижению целей	Слабые стороны (<i>Weaknesses</i>)	Потенциальные опасности (<i>Threats</i>)

Придумайте, на какой основе может быть создан туристический кластер и напишите список объектов, которые могли бы в него войти. Ответ обоснуйте.

Список литературы

БОО «Отдых в деревне» [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <http://ruralbelarus.by/>. — Дата доступа: 10.05.2020.

Клицунова, В. А. Агротуризм : учеб.-метод. пособие / В. А. Клицунова, Н. М. Борисенко, Я. И. Аношко. — Минск, 2014. — 132 с.

Бизнес в агро- и экотуризме : пособие / под общ. ред. А. И. Тарасенка. — Минск, 2014. — 380 с.

Клицунова, В. А. Стратегия развития агротуризма в Лепельском районе Витебской области / В. А. Клицунова. — Минск, 2013. — 108 с.

Олюнина, И. В. Сельский туризм в Литве и Польше: современное состояние и перспективы развития / И. В. Олюнина // Опыт сохранения историко-культурного наследия и трансграничное сотрудничество в сфере культурного туризма : материалы Междунар. науч.-практ. конф., Витебск, 24—25 окт. 2012 г. / Вит. гос. ун-т им. П. М. Машерова ; редкол.: А. П. Солодков [и др.]. — Витебск, 2012. — С. 184—187.

Олюнина, И. В. Туристический кластер как средство развития региона: проблемы и возможности / И. В. Олюнина // София. — 2018. — № 1. — С. 106—110.

Потенциал развития кластеров в регионах Беларуси / Т. П. Быков [и др.]. — Минск, 2019. — 100 с.

Ульянченко, Л. А. Региональные туристские комплексы и кластеры : монография / Л. А. Ульянченко, М. В. Виноградова, И. Г. Гладская. — М., 2015. — 152 с.

Сиваграков, А. В. Сельское развитие: традиции + инновации + стратегия = устойчивое развитие. Методическое пособие по разработке стратегии устойчивого развития сельской территории / А. В. Сиваграков. — Минск, 2017. — 52 с.

Глава 7

ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ ТУРИЗМА В БЕЛАРУСИ

Знаковым в развитии туризма для Беларуси стал 2019 г. Численность туристических компаний составила более 1500 единиц, их услугами воспользовалось почти 2,5 млн туристов и экскурсантов, при этом около 1 млн из них — организованные туристы и экскурсанты, выехавшие за рубеж. Количество последних, посетивших Беларусь в 2019 г., — 405 500 человек (более половины — граждане России). Увеличилось число внутренних туристов — более 1 млн человек. На территории страны в 2019 г. функционировали 597 гостиниц и аналогичных средств размещения, а также 492 санаторно-курортные и оздоровительные организации. Альтернативные средства размещения — 2760 субъектов агрозкотуризма — приняли более 500 000 человек (граждане Беларуси составили 90,5 %). Экскурсионные услуги предоставляли более 1000 аттестованных экскурсоводов и гидов-переводчиков. К главному событию года — II Европейским играм — было проведено несколько десятков презентаций туристического потенциала страны, 14 ознакомительных туров. Делегации Беларуси приняли участие в 15 международных туристических выставках за рубежом.

В сфере нормотворческой деятельности, кроме принятия и вступления в силу Указа Президента Республики Беларусь от 7 августа 2019 г. № 300 «Об установлении безвизового порядка въезда и выезда иностранных граждан», основным событием стало обсуждение новой редакции Закона «О туризме», затянувшееся на два года в связи с комплексным подходом властей к законопроекту, а также уточнением деталей с представителями турбизнеса и общественности. Кроме того, до сих пор не решен вопрос выделения туризма в отдельную отрасль либо передачу контроля и управления Министерству экономики Республики Беларусь.

7.1. МЕЖДУНАРОДНОЕ СОТРУДНИЧЕСТВО В ТУРИЗМЕ

После становления индустрии туризма в 1970-х гг. был принят ряд документов, способствующих развитию отрасли: Конвенция об охране всемирного культурного и природного наследия от 16 но-

ября 1972 г., Манильская декларация по мировому туризму от 10 октября 1980 г., Кодекс туриста и Хартия туризма от 26 сентября 1985 г., Рио-де-Жанейрская декларация по окружающей среде и развитию от 13 июня 1992 г., Манильская декларация по социальному воздействию туризма от 22 мая 1997 г. и др. С принятием в 1999 г. Глобального этического кодекса туризма была зафиксирована роль, которую играют международные и неправительственные организации, которые занимаются вопросами продвижения и развития туризма, защиты прав человека и охраны окружающей среды и здоровья с учетом соблюдения основных принципов международного права. Сегодня международное сотрудничество с целью развития устойчивого туризма осуществляется профессионалами на разных уровнях.

Среди мировых туристических организаций главную координирующую роль играет Всемирная туристская организация (ЮНВТО (рис. 37)), в состав которой входят 156 стран-участниц и более 400 аффилированных организаций. Штаб-квартира ЮНВТО находится в Мадриде, генеральным секретарем с 2018 г. является Зураб Пололикашвили. Раз в два года проходит Генеральная ассамблея членов ЮНВТО.



*Рис. 37. Логотип
Всемирной туристской организации*

Всемирная туристская организация оказывает помощь в развитии международного туризма, заботясь об усилении экономики стран-членов и укрепления дружеских и культурных связей. Одна из основных ее задач — борьба против препятствий свободному международному передвижению людей. Сотрудники ЮНВТО собирают, анализируют и распространяют информации по всем видам туризма, проводят и координируют научные исследования по развитию туристской деятельности в региональном и межрегиональном масштабах. Также ЮНВТО постоянно сотрудничает с ООН

и другими международными организациями, заинтересованными в развитии туризма.

Беларусь является членом Всемирной туристской организации с 2005 г. За это время состоялось несколько визитов генеральных секретарей ЮНВТО Ф. Франжиалли (2007 г.), Т. Рифаи (2015 и 2017 гг.), З. Пололикашвили (2019 г.), была оказана экспертная помощь в развитии агроэкотуризма, построения системы вспомогательных (спутниковых) счетов, проведен ряд совместных международных мероприятий (конференций, форумов, образовательных программ). В 2019 г. главой ЮНВТО на официальном уровне была выражена поддержка работы, проделанной в Беларуси по упрощению визовых формальностей для международных туристов, прибывающих в страну через Национальный аэропорт «Минск». В дальнейшем планируется привлечение сотрудников ЮНВТО для проведения экспертной оценки туристских объектов и инфраструктуры, а также для получения рекомендаций по повышению эффективности использования туристических ресурсов и созданию национального бренда Беларуси.

Взаимодействия с международными специализированными туристскими организациями осуществляется также на межрегиональном уровне. Одной из таких организаций является Евразийская туристическая организация (рис. 38).



Рис. 38. Эмблема
Евразийской туристической организации

Своей миссией члены Евразийской туристической организации считают содействие развитию туризма и путешествий в ЦУР, международного сотрудничества, поддержки стабильности, добрососедства и взаимопомощи, повышения жизненного уровня населения и развития культурной среды. Одна из их важнейших задач — содействие формированию единого евразийского туристского пространства.

Укрепление сотрудничества в сфере туризма проходит также на уровне отраслевых организаций, как мировых, так и региональных. К мировым туристским организациям отраслевого характера относятся Международная ассоциация воздушного транспорта, Международная ассоциация гостиниц и ресторанов и др., на региональном уровне — ассоциация европейского воздушного транспорта *Airlines for Europe*, Европейская ассоциация отельных менеджеров, Американская ассоциация отелей и т. д. Кроме того, существуют специализированные международные организации, занимающиеся решением отдельных вопросов по координации и развитию различных отраслевых элементов. Одна из таких компаний — Международная конфедерация студенческого туризма, главная цель которой — поощрение международных образовательных и культурных обменов, распространения знаний о странах и культурах.

В Беларуси во главе процесса укрепления международного сотрудничества в туризме находятся Департамент по туризму Министерства спорта и туризма Республики Беларусь и Национальное агентство по туризму Республики Беларусь. При содействии членов Республиканского союза туристической индустрии за 2018—2019 гг. были заключены договорные отношения о взаимном содействии развитию сферы туризма практически со всеми международными туристическими организациями соседних стран: Польской туристической палатой, Латвийской ассоциацией турагентов и туроператоров, российским Альянсом туристических агентств и Российским союзом туриндустрии. Кроме того, Республиканский союз туриндустрии стал ассоциированным членом Ассоциации независимых туристических операторов Великобритании. В настоящее время сотрудничество на международном уровне стратегически важно для Беларуси для увеличения взаимного туристического потока, развития совместных проектов, проведения конференций, семинаров, форумов и воркшопов.

7.2. ТРАНСГРАНИЧНЫЙ И ТРАНЗИТНЫЙ ТУРИЗМ

Транзитный туризм представляет собой кратковременное туристско-экскурсионное обслуживание транзитных потоков туристов, пассажиров и персонала транспортных средств. Данный вид туристической деятельности имеет значительные перспективы развития в Беларуси в силу транзитного географического положе-

ния и наличия трансъевропейских коммуникационных коридоров № 2 «Париж — Москва» и № 9 «Киев — Санкт-Петербург» [22, с. 22].

В последнее десятилетие представителями Министерства спорта и туризма Республики Беларусь, а также Министерства иностранных дел Республики Беларусь была проделана большая работа по упрощению визовых и таможенных формальностей для гостей страны. В 2016 г. без визы Беларусь могли посетить туристы из 24 стран, в 2020 г. этот список был расширен до 80 стран, а срок пребывания увеличен до 30 календарных суток. Кроме того, за 5 лет (начиная с 2015 г.) поэтапно были объединены Национальный парк «Беловежская пуща» и уникальный памятник гидротехнического строительства «Августовский канал» в безвизовую зону «Гродно — Брест».

В этом регионе срок безвизового пребывания в туристических целях увеличивается до 15 суток для граждан 73 государств, а также обеспечена возможность въезда еще через два дополнительных пункта пропуска на государственной границе: «Бенякони» и «Берестовица». Гости страны могут перемещаться без виз по всей территории западных областей при условии следования в составе организованных туристических групп по маршрутам, предусматривающим посещение безвизовой территории «Брест — Гродно». Указ вступил в силу в конце 2019 г., но из-за закрытия границ на карантин и мировой экономической рецессии данные статистики не могут показать, как изменилась динамика туризма в связи с новыми условиями безвизового въезда.

Однако следует отметить, что транзитный туризм развит в Беларуси пока в недостаточной степени. Изменения в транспортной сфере происходят медленно: например, более 7 лет ведутся переговоры по введению лоукост-тарифов и возможному допуску на белорусский авиарынок лоукост-перевозчиков *WizzAir*, *Ryanair*, *EasyJet*, «Победа» и др. Необходимо планомерное создание удобно расположенных культурных зон и аттракций, туристических центров и необходимой инфраструктуры вдоль транспортных коридоров. Развитие объектов придорожного сервиса, дальнейшее упрощение процедур пересечения границы и получения виз, увеличение пунктов пропуска и внедрение современных технологий позволят Беларуси значительно развить данный вид туристической деятельности.

Под *трансграничным туризмом* принято понимать разновидность межрегионального сотрудничества, которое обусловлено

территориальным, языковым и культурным соседством взаимодействующих регионов. На международном рынке есть примеры осуществления масштабных трансграничных туристических проектов: «Шелковый путь», «Невольничий путь», трансграничные парки Африки и т. д. Проект развития туризма на Великом шелковом пути начался в 1994 г. по инициативе ЮНВТО. В начале его участниками стали 19 стран, к настоящему времени их более 30. Возрождение старинного торгового пути стало одним из самых привлекательных направлений культурного туризма.

Крупнейший на африканском континенте охраняемый природный район «Каванго-Замбези» (рис. 39) является второй по величине в мире заповедной территорией после Гренландского национального парка. Правительства пяти африканских государств при содействии экспертов ЮНВТО, Всемирного фонда дикой природы и Фонда парков мира договорились о создании единого резервата с целью увеличения биоразнообразия территории, развития экологического туризма и расширения миграционных маршрутов диких животных. Основные природные достопримечательности в заповеднике — водопад Виктория и дельта Окаванго.



Рис. 39. Трансграничный природный заповедник «Каванго-Замбези» на территории государств Замбии, Ботсваны, Зимбабве, Намибии и Анголы

Трансграничное сотрудничество в сфере туризма должно служить всестороннему сближению соседних народов, а также созданию и поддержке климата, благоприятствующего партнерскому сотрудничеству и обмену опытом. В рамках такого взаимодействия

ежегодно проводится ряд двусторонних взаимных визитов делегаций из областей и районов Беларуси и соседних стран для подготовки и подписания региональных соглашений, обмена опытом, реализации совместных проектов, участия в региональных специализированных экономических и культурных мероприятиях, заседаниях советов еврорегионов «Озерный край», «Неман», «Буг», «Беловежская пуца», «Днепр» [66].

Так, в рамках Программы трансграничного сотрудничества «Польша — Беларусь — Украина» в 2007—2013 гг. был реализован проект «Маршруты между еврейскими поселениями. Следы еврейского культурного наследия в трансграничном туризме», который охватил территории, где на протяжении столетий развивалась культура еврейского поселения. Результаты проекта отражены на сайте *shtetlroutes.eu*.

Более 10 лет развивается белорусско-латвийский проект *Bella Dvina*, благодаря Программе трансграничного сотрудничества «Латвия — Литва — Беларусь». В рамках проекта были разработаны стратегии развития туризма для Полоцкой, Витебской и Браславской туристических зон, веломаршрут «Миорская кругосветка», а также общие трансграничные туристические продукты. Одним из таких продуктов стал проект по развитию гастрономического туризма *Bella cousine* для улучшения сферы кулинарии в Латгальском и Витебском регионах. Проект основан на концепции кулинарного наследия, основной его задачей являлось повышение потенциала предприятий сферы питания и обслуживания с целью продвижения традиционной кухни регионов [67].

Активно развивается сотрудничество Беларуси и стран Балтии для совместного продвижения туристического продукта китайским туристам, в частности, создан 11-дневный туристический маршрут с посещением Эстонии, Литвы, Латвии (рис. 40), Украины и Беларуси. В Минске самыми популярными у гостей из Китая объектами являются Белорусский государственный музей истории Великой Отечественной войны, Большой театр Беларуси, Белорусский государственный цирк и аквапарк. Кроме того, пользуются спросом программы для любителей экологического и сельского туризма. Беларусь в последние годы планомерно реализует программу *China friendly*: адаптируются средства размещения и питания, создаются специализированные туры, готовятся гиды-переводчики, используются туристическая навигация и аудиогиды на китайском языке.



Рис. 40. Замковая гора в Резекне (Латвия)



Рис. 41. Туристы на маршруте «АвгустВело»

Продолжается реализация проекта «Развитие трансграничного туризма в регионе Беловежской пуши», который охватывает часть Камянецкого, Пружанского и Свислочского районов на территории Беларуси, а также часть Подлясского воеводства (Польша). Первая часть проекта называлась «АвгустВело» (рис. 41). Его реализация завершилась в 2019 г., и он стал первым белорусским маршрутом, который проложил дорогу любителям путешествий на велосипедах из Европы до Гродно. Польский маршрут *GreenVelo*, который почти 2000 км проходит вдоль восточной границы Польши, соединил Гродно с сетью европейских веломаршрутов *EuroVelo*. Вторая часть проекта получила название «БеловежаВело». Маршрут пролегает между пограничным переходом «Переров» и Свислочью, его протяженность — около 70 км.

Развитие транзитного и трансграничного туризма в Беларуси наряду с введением безвизового режима для иностранных граждан

должно способствовать формированию эффективно функционирующего туристического рынка, способного предложить иностранным туристам качественное, конкурентоспособное и безопасное туристическое обслуживание на территории страны, что будет содействовать укреплению благоприятного международного туристического имиджа и росту туристических потоков.

7.3. ПРОМЫШЛЕННЫЙ ТУРИЗМ

Промышленный туризм (производственный, индустриальный, туризм предприятий) — вид туристической деятельности, для которого основным туристским ресурсом являются индустриальные объекты, производства, промышленные предприятия, ремесленные мастерские и т. п. Основная мотивация туриста — удовлетворить духовные потребности, связанные с процессами познания, изготовления, а также материальные — при приобретении продукции. Как правило, туристы посещают исторические и современные промышленные объекты и наблюдают применяющиеся на них технологические процессы. В сочетании с элементами экстремального туризма (например, спелестологии) формируются туристические программы на заброшенные соляные и угольные шахты, бывшие судостроительные, вагоноремонтные заводы.

Организация туристических экскурсий на действующие производства становится одним из главных факторов развития дестинаций, поскольку это действенный инструмент маркетинга территории. По мнению экспертов, превращение производства в туристический объект стимулирует фирму улучшать корпоративный климат и трудовые отношения, а также способствует лояльности потребителей и поддержке брендов. Оборот сувенирных магазинов, расположенных в точках, где заканчиваются экскурсии, на 30 % выше, чем в других местах с аналогичной продукцией [68].

В мире для посетителей открыты двери многих производств. Одним из первых, как принято считать, стал американский завод по производству виски *Jack Daniel's* в г. Линчбург. Особой популярностью пользуются европейские винодельные и сыроварные предприятия, французские парфюмерные производства, чешские пивоварни, японские и немецкие автомобильные заводы. В Беларуси пивоваренные заводы «Аливария», «Криница», «Лидское пиво»

предлагают индивидуальные и групповые туры с погружением в историю пивоварения, анимационными интерактивными элементами и дегустацией.

Завод *Coca Cola* в Колядичах так же, как и все заводы этой компании, открыто демонстрирует процессы производства популярного напитка. Любителей сладкого приглашают к своим конвейерным лентам фабрики «Слодыч» и «Коммунарка». Секреты хлебопечения можно раскрыть на минских хлебозаводах, сыры попробовать на Туровском и Гродненском молочных комбинатах, мороженое и глазированные сырки — в Борисове. Любители машиностроения отправляются на БелАЗ в Жодино и Минский тракторный завод, а процесс сборки бытовой кухонной техники можно увидеть на заводе «Атлант».

Популярной разновидностью промышленного туризма является крафт-туризм — знакомство с работой ремесленников (чаще всего в конкретном регионе), технологиями изготовления изделий, характерных для определенной местности. Чаще всего объектами крафт-туризма становятся ремесленные мастерские, агроэкоусадьбы, дома ремесел, этнографические музеи и т. д. Одними из первых в Беларуси данный вид туристической деятельности стали пропагандировать сотрудники ОАО «Белхудожкерамика» — старейшего в Беларуси предприятия по производству посуды и предметов из керамики в Радошковичах (рис. 42). Здесь можно посмотреть на автоматизированный процесс создания керамических шедевров с белорусским колоритом, ручную работу мастеров, требующую терпения и внимательности. Также туристы могут попробовать изготовить сувенир: чашку, блюдо, копилку или игрушку.



Рис. 42. Тревел-журналист Надежда Сулова на экскурсии в ОАО «Белхудожкерамика»

Смиловичская валяльно-войлочная фабрика — единственное в Беларуси предприятие по производству валенок, шерстяных одеял, подушек и других изделий из овечьей шерсти. На экскурсии посетители узнают об изготовлении валенок и секретах войлочно-валяльного производства.

Процесс пошива одежды демонстрируют фабрики «Світанак» и «Элема», а фабрика художественных изделий «Слуцкие пояса» показывает весь процесс производства легендарных поясов. Экскурсия в музей фабрики погружает гостей в историю их появления, виды и символику. Также можно посетить цех ручного ткачества и понаблюдать за работой на кроснах, узнать, как вышивают на ручных машинах скатерти и блузки, или увидеть, как на машине с электронным управлением стегают одеяла с узором. Отправившись в прядильно-крутильный цех, гости смогут проследить процесс превращения волокна в нить, а желающие под руководством мастериц могут попробовать ткать, прясть, стегать, вышивать.

Оценить творческие композиции и предметы из стекла в местном музее и познакомиться с полным циклом производства туристы могут на стекольном заводе «Неман» в Березовке (рис. 43). Музей хранит экспонаты 1910 г., авторские работы, фирменное стекло и хрусталь. В стенах завода посетители могут увидеть процесс изготовления стеклянных изделий от их выдувания с помощью стеклодувной трубки до технологии обработки (шлифовка, полировка, гравирование).



Рис. 43. Технологический процесс на стекольном заводе «Неман»

Организация производственных экскурсий в рамках промышленного туризма позволит увеличить количество туристов Беларуси. Более того, это будет способствовать изменению внешних стереотипов туристических дестинаций Беларуси, а также благоприятно воздействовать на формирование привлекательного туристического имиджа страны за рубежом.

7.4. ИННОВАЦИИ В ТУРИЗМЕ

Туристическую отрасль после пандемии 2020 г. ждет этап восстановления и трансформации, который займет, по оценкам экспертов, 5—7 лет. Уже введены дополнительные меры безопасности в аэропортах, на вокзалах, пунктах пропуска (соблюдение дистанции, дезинфекция, тепловизоры, оборудование для самостоятельного обслуживания, экспресс-диагностика и т. д.). В местах массового нахождения людей введены меры предосторожности: масочный режим, плексигласовые кабинки на пляжах и в ресторанах, значительное снижение общего числа путешествующих, подъем в развитии внутреннего туризма. Эксперты говорят о том, что подобные явления будут происходить в отрасли на протяжении ближайших нескольких лет. Тем важнее становятся инновации в туристической сфере, которые смогут значительно улучшить качество обслуживания гостей.

Под инновацией принято понимать любой новый подход в отрасли к формированию, производству или сбыту продукта, который привлекает потребителя, дает преимущество в развитии перед конкурентами и приносит доход [69, с. 28]. Туристическая индустрия максимально открыта инновациям, динамично и гибко встраивает их в процесс изменений форм продукта на рынке.

Туроператорская работа — первое, что подвергается инновационным трансформациям, так как сегодня постоянное улучшение компанией своей работы — залог стабильного существования в индустрии. Для туроператора, стремящегося максимально удовлетворить потребности клиентов, важны инновации в способах организации внутреннего сотрудничества либо внешних связей. Сегодня, помимо громких банкротств (*Robinson Tours*, «Лабиринт», «Натали Турс») и поглощений (покупка *Anex Tour* старейшей туристической компании *Thomas Cook* и «Интуриста»), на туристическом рынке стали видны укрупнения и альянсы. Таков пример крупнейшего международного туристического холдинга *TUI Group*, выросшего из транспортной компании во влиятельного туроператора, владею-

щего туристическими агентствами (более 3000), отелями (более 300), авиакомпаниями, круизными судами и туроператорами (79). *TUI Group* обслуживает более 30 млн клиентов в год под девизом «Все для вашей улыбки» (рис. 44).



Рис. 44. Логотип холдинга
TUI Group

Таких успехов *TUI Group* позволила добиться финансовая стабильность, предложение лучшего на рынке соотношения «цена — качество», обеспечение страхования клиентов, больших объемов продаж, а также уникальных концепций отдыха, дифференцированных для всех категорий покупателей.

Внедрение информационных технологий в самых разных сегментах туриндустрии становится привычным и понятным инновационным процессом, без которого путешествие уже не представляется возможным. Использование соцсетей для выбора, мобильных приложений для бронирования услуг и мессенджеров как канала продаж — сегодня норма практически для любого путешественника. Эксперты считают, что туроператорская и турагентская работа будет продолжать уходить в онлайн, динамические пакетные туры будут составляться индивидуально, под нужды конкретного покупателя. Лидером среди глобальных дистрибутивных систем бронирования является *Amadeus*.

Инновационным стал даже способ совершения путешествия по экологическим принципам устойчивого туризма. Эксперты прогнозируют, что в дальнейшем будет расти контингент туристов, придерживающихся концепции *Slow Travel* (медленного, созерцательного туризма), подразумевающей максимальное погружение в культуру и обычаи другой страны, осознанное наслаждение видами, медленные прогулки, отдых и наблюдение за природой, дегустация локальной кухни, знакомство с местными жителями [70]. Предусматривается более экологичное перемещение на немоторизованных средствах транспорта, проживание в ресурсосберегаю-

щих объектах размещения (*eco-friendly*, *vegan-friendly* и *pet-friendly*), поддержка региональных фондов сохранения окружающей среды и местных производителей.

Объекты размещения тоже активно продвигают новые мобильные приложения, системы регистрации, программы лояльности. Многие отели изучают предпочтения клиента и составляют его индивидуальный профиль для последующей персонализации спектра услуг посредством адаптации формата обслуживания гостей отеля на основе информации, предоставляемой гостями во время процедуры бронирования, а также их последующих запросов (оформление номера, пищевые и бытовые предпочтения). В Беларуси разрабатывается программа внедрения обязательной сертификации для объектов размещения и изменения устаревших стандартов, чтобы сделать отельный бизнес более прозрачным и ввести единые стандарты для средств размещения.

Инновации в экскурсионном обслуживании также становятся все более заметными. Так, более 10 лет развиваются анимационные программы в качестве элементов классических экскурсий и как самостоятельный турпродукт, базирующийся на личных контактах аниматора с туристами, совместном участии их в развлечениях, играх, танцах, театрализованных представлениях. Этнографические интерактивные анимационные экскурсии знакомят гостей с народным бытом, многовековыми традициями и обрядами, особенностями белорусских промыслов и ремесел, богатой музыкальной культурой, аутентичной кухней и самобытной мифологией. Анимационные экскурсионные обзорные программы сегодня разрабатываются не только в Минске, но и во многих городах Беларуси [71, с. 60–61] (рис. 45).



Рис. 45. Анимационная экскурсия «Минск: история в лицах»
(экскурсовод — Евгений Апанасевич)

Специфика анимационных культурных программ состоит в том, что они несут в себе познавательный, развлекательный и эмоциональный потенциал, функционируют в естественных условиях природного, социально-культурного рекреационного комплекса и в полной мере соответствуют запросам современного потребителя. По такому же принципу строятся квест-экскурсии, которые позволяют в доступной форме с учетом дифференцированного подхода донести до различных категорий экскурсантов традиции и историю Беларуси, пробудить любовь и уважение к белорусскому народу, его культуре, содействовать объективному представлению истории Беларуси и воспитывать бережное отношение к природе, памятникам исторического прошлого белорусского народа (рис. 46).



Рис. 46. Квест-экскурсия по университетскому дворику студентов исторического факультета БГУ

Виртуальные и инклюзивные экскурсии помогают вовлечь категории туристов, которые физически не могут посетить или увидеть достопримечательности. К примеру, в Беларуси в 2017—2018 гг. по инициативе коллектива Национального художественного музея Республики Беларусь был осуществлен белорусско-шведский инклюзивный проект «ИнкАртЛаб», целью которого был показ возможностей активного инклюзивного сотрудничества и создания нового творческого продукта на основе эмоционального впечатления о произведении искусства разных жанров с использованием музыки и возможностей тела, мимики и пантомимы. В лаборатори-

ях «ИнкАртЛаб», кроме группы музейных работников и шведских кураторов, участвовали преподаватели и студенты-волонтеры, профессиональные художники, композиторы и поэты, люди с особыми потребностями, сурдопереводчики.

Многолетнюю практику по проведению тренингов для специалистов, оказывающих услуги людям с особыми потребностями, имеет известный экскурсовод Людмила Скрадаль. В рамках ее авторской программы «Мивия» (рис. 47) в столице реализуются социальные проекты «Прикосновение к Минску» и «С закрытыми глазами» — экскурсии с использованием макетов и рельефных изображений на фасадах исторических зданий. Людмила Скрадаль проводит тренинги, адаптированные под специфику любой организации, на которых участникам дается возможность почувствовать мир человека с инвалидностью (незрячего и слабовидящего, слабослышащего и глухонемого, пользователя инвалидной коляски и с ослабленным опорно-двигательным аппаратом, аутизмом) и изучить особенности сферы экскурсионного обслуживания данных категорий туристов.

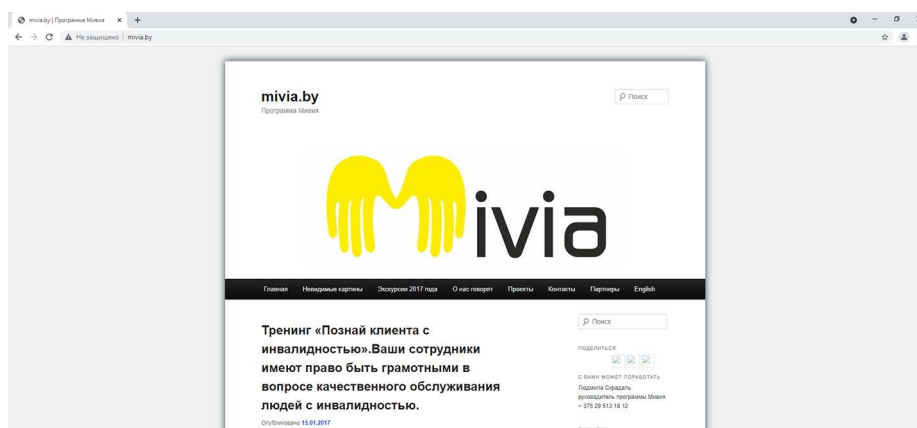


Рис. 47. Официальный сайт авторской программы тренингов инклюзивного экскурсовода Людмилы Скрадаль «Мивия»

Комплекс мероприятий по эффективному использованию инновационного потенциала национальной индустрии для повышения международной конкурентоспособности национального туристического продукта за счет применения инноваций формирует инновационную стратегию развития туристической отрасли. В Беларуси в 2020 г. осуществлена разработка проектов Государственной программы «Беларусь гостеприимная» на 2021—2025 г. и Национальной стратегии развития туризма в Республике Беларусь до 2035 г.

Проект Национальной стратегии развития туризма в Республике Беларусь до 2035 г. выделяет следующие основные стратегические цели:

- усиление роли национальной туристической индустрии на мировом рынке туризма и увеличение доли Беларуси в мировых туристических доходах с 0,04 % в 2016 г. до 0,1 % в 2035 г.;
- расширение практического внедрения акселераторов достижения ЦУР в туризме и вхождение Беларуси в число 100 дестинаций устойчивого туризма;
- повышение конкурентоспособности Беларуси на мировом рынке туризма и ее вхождение в число 50 стран с наиболее высоким показателем индекса конкурентоспособности в сфере путешествий и туризма.

Реализация поставленных целей основывается на решении задач экономического, внешнеполитического, организационного, информационно-технологического и инфраструктурного характера, а также в области человеческих ресурсов и социальной ответственности (создание комфортной цифровой туристической среды путем формирования в сети Интернет комплексных онлайн-сервисов, представляющих все центры туризма международного, национального и регионального значений и предлагающих информационные и транзакционные онлайн-сервисы). Для совершенствования работы в различных секторах сферы туризма, обеспечения их устойчивого развития и повышения экономической эффективности будет продолжена разработка специфических программ развития по основным видам туристической деятельности. Для успешного продвижения национального туристического продукта Беларуси за рубежом необходимо осуществить комплексное изучение специфики целевых рынков, включая потребительские предпочтения, культурные особенности целевой аудитории, а также уровень информированности жителей иностранных государств о стране, степень ее восприятия, стереотипы, потребительский опыт [4].

Таким образом, в мировой туристической индустрии происходит внедрение новых услуг, элементов программ, продвижение новых ресурсов и видов туризма, применяются новые маркетинговые и менеджерские инструменты. Туристические компании активно ищут новые рынки сбыта и каналы продвижения турпродукта, разрабатывают туристические маршруты, пробуют различные методики организации бизнес-процессов. Инновации в туризме предполагают переход

к менеджменту, способствующему повышению конкурентоспособности, эффективности и ресурсоэффективности, созданию ценности и развитию уникальных возможностей сотрудников, а также формированию лидерской и инновационной культуры не только на организационном, но и на рыночном уровне. Следует отметить, что для повышения международной конкурентоспособности турпродукта Беларуси следует решить ряд комплексных задач на разных уровнях туристической индустрии. Прежде всего необходимо учесть следующие рекомендации экспертов: дальнейшее ослабление визовых формальностей, улучшение туристической инфраструктуры, увеличение количества экономичных средств размещения, разработка программ лояльности, повышение имиджа и разработка бренда страны, увеличение роли государственно-частного партнерства, внедрение инновационных технологий [72, с. 519—520].

Задание по теме

Моя инновация

Инновации в туризме появляются практически каждый день. Подумайте о том, какое нововведение могло бы сделать развитие туризма в Беларуси более эффективным. Ответ представьте в виде презентации с обоснованием необходимости введения инновации.

Список литературы

Новиков, В. С. Инновации в туризме : учеб. пособие / В. С. Новиков. — 3-е изд., испр. и доп. — М., 2010. — 208 с.

Олюнина, И. В. Развитие инклюзивного туризма в Республике Беларусь / И. В. Олюнина // Женщины-ученые Беларуси и Польши : материалы Междунар. науч.-практ. конф., Минск, 26 марта 2020 г. / редкол.: И. В. Казакова, И. В. Олюнина (отв. ред.) ; Белорус. гос. ун-т. — Минск, 2020. — С. 110—112.

КОНТРОЛЬНЫЕ ВОПРОСЫ

1. Сущность и организация туристической деятельности.
2. Развитие современного делового туризма. Понятие *MICE*.
3. Субъекты и участники туристической деятельности.
4. Особенности развития медицинского туризма в Беларуси.
5. Классификация видов туристической деятельности.
6. Оздоровительный туризм в Беларуси: история развития и современное состояние.
7. Актуальные проблемы развития основных видов туризма в Беларуси.
8. Инновации в туристической деятельности.
9. Особенности организации городских туров. Экскурсионный туризм.
10. Виды исторического туризма.
11. Формирование современного туристического продукта.
12. Развитие спортивного туризма в Беларуси.
13. Особенности организации экстремальных туров. Безопасность в туризме.
14. Религиозный и паломнический туризм в мире и Беларуси.
15. Особенности организации событийных туров.
16. Культурный туризм: актуальные проблемы развития.
17. Особенности организации экологических туров.
18. Этапы развития агроэкотуризма в Республике Беларусь.
19. Молодежный и образовательный туризм.
20. Особенности организации гастрономических туров.
21. Инклюзивный туризм.
22. Новые виды туризма.
23. Развитие индустриального и промышленного туризма на современном этапе.

БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЕ ССЫЛКИ

1. Туризм и туристические ресурсы в Республике Беларусь [Электронный ресурс] // Нац. статист. ком. Респ. Беларусь. URL: https://www.belstat.gov.by/ofitsialnaya-statistika/solialnaya-sfera/turizm/publikatsii_9/index_13889/ (дата обращения: 27.04.2020).
2. Виды туризма [Электронный ресурс] // Мин-во спорта и туризма Респ. Беларусь. URL: http://mst.by/ru/vidy_turizma-ru/ (дата обращения: 27.04.2020).
3. Государственная программа развития туризма в Республике Беларусь «Беларусь гостеприимная» на 2016—2020 годы [Электронный ресурс] // Мин-во спорта и туризма Респ. Беларусь. URL: <http://forumpravo.by/forums/nra.aspx?forum=15&topic=14240> (дата обращения: 27.04.2020).
4. Проект Национальной стратегии развития туризма в Республике Беларусь до 2035 года [Электронный ресурс] // Правовой форум Беларуси. URL: <http://forumpravo.by/forums/nra.aspx?forum=15&topic=14240> (дата обращения: 27.03.2020).
5. Туризм в Беларуси / Л. М. Гайдукевич [и др.]. Минск, 2001. 131 с.
6. *Квартальнов В. А.* Туризм социальный: история и современность. Киев, 1989. 341 с.
7. *Быстров С. А., Воронцова М. Г.* Туризм: макроэкономика и микроэкономика. СПб., 2008. 464 с.
8. Общегосударственный классификатор Республики Беларусь ОКРБ 005-2011 «Виды экономической деятельности» (ОКЭД) [Электронный ресурс]. URL: <https://www.belstat.gov.by/klassifikatory/obschegosudarstvennyye-klassifikatory-respubliki-belarus-ispolzuemye-dlya-zapolneniya-gosudarstvennoi-statisticheskoi-otchetnosti/obschegosudarstvennyi-klassifikator-okrb-005-2011-vidy-ekonomicheskoi-deyatelnosti/> (дата обращения: 03.05.2020).
9. Закон Республики Беларусь «О туризме» [Электронный ресурс] // Мин-во спорта и туризма Респ. Беларусь. URL: <http://www.mst.by/ru/law-laws-ru/> (дата обращения: 04.05.2020).
10. *Ушаков Д. С.* Технологии выездного туризма. Ростов н/Д, 2010. 446 с.
11. *Рубаник А. Н., Ушаков Д. С.* Технологии въездного туризма. Ростов н/Д, 2010. 384 с.
12. Сергей Ковальчук: «Главная задача — обеспечить успешное выступление белорусских спортсменов на Олимпиаде» [Электронный ресурс]. URL: <http://mst.by/ru/actual-ru/view/sergej-kovalchuk-glavnaja-zadacha-obespechit-uspeshnoe-vystuplenie-belorusskix-sportsmenov-na-olimpiade-foto-17794-2020/> (дата обращения: 04.05.2020).
13. *Гельман В. Я.* Статистика туризма. М., 2010. 329 с.
14. Вспомогательный счет туризма Республики Беларусь за 2016 год [Электронный ресурс] // Нац. статист. ком. Респ. Беларусь. URL: https://www.belstat.gov.by/ofitsialnaya-statistika/solialnaya-sfera/turizm/publikatsii_9/index_13910/ (дата обращения: 04.05.2020).
15. Список сертифицированных туристических компаний [Электронный ресурс] // Мин-во спорта и туризма Респ. Беларусь. URL: <http://mst.by/ru/actual->

ru/view/spisok-sertifitsirovannykh-turisticheskikh-kompanij-10763-2016/ (дата обращения: 05.05.2020).

16. *Зорин И. В., Каверина Т. П., Квартальнов В. А.* Менеджмент туризма. Туризм как вид деятельности : учебник. М., 2005. 288 с.

17. *Кулагина Е. В.* Виды туризма : учеб. пособие. Омск, 2001. 60 с.

18. *Долженко Г. П.* Основы туризма. М. ; Ростов н/Д, 2009. 319 с.

19. *Бутко И. И.* Туризм. Транспортные туры и круизы : учеб. пособие. Ростов н/Д, 2010. 332 с.

20. *Кусков А. С.* Туристское ресурсоведение : учеб. пособие. М., 2008. 208 с.

21. *Бабкин А. В.* Специальные виды туризма. 2008. 252 с. URL: https://tourlib.net/books_tourism/babkin.htm (дата обращения: 06.05.2020).

22. *Решетников Д. Г.* География туризма Республики Беларусь : учеб.-метод. пособие. Минск, 2011. 320 с.

23. Информационный портал индустрии встреч Mice.ru [Электронный ресурс]. URL: <https://www.mice.ru/> (дата обращения: 06.05.2020).

24. *Зорин И. В., Каверина Т. П., Квартальнов В. А.* Туризм как вид деятельности [Электронный ресурс]. URL: https://tourlib.net/books_tourism/zorin.htm (дата обращения: 06.05.2020).

25. International Congress and Convention Association [Electronic resource]. URL: <https://www.iccaworld.org/> (date of access: 07.05.2020).

26. Зовущие двадцатые: 7 трендов ивент рынка на 2020 год [Электронный ресурс]. URL: https://event-live.ru/articles/tsifry-i-fakty/tsifry-i-fakty_838.html (дата обращения: 06.05.2020).

27. Выставочный центр «БелЭкспо» [Электронный ресурс]. URL: <https://www.belexpo.by/> (дата обращения: 07.05.2020).

28. *Клищунова В. А.* Интерпретация наследия в туризме. Новые подходы в эпоху экономики впечатлений. Минск, 2015. 219 с.

29. Чемпионат мира по хоккею-2014 в Минске [Электронный ресурс] // Офиц. сайт Респ. Беларусь. URL: <https://www.belarus.by/ru/about-belarus/sport/iiahf-world-championship-2014> (дата обращения: 09.05.2020).

30. Европейские игры — 2019 в Минске [Электронный ресурс] // Офиц. сайт Респ. Беларусь. URL: <https://www.belarus.by/ru/about-belarus/sport/2019-european-games-minsk> (дата обращения: 09.05.2020).

31. Территориальный маркетинг : информ.-справоч. сб. / сост. А. Д. Акантинов. Минск, 2013. 80 с.

32. Агроусадьба «Вясёлая хата» [Электронный ресурс]. URL: <https://hatka.by> (дата обращения: 12.05.2020).

33. *Гулидин П. К.* Туризм спортивный : курс лекций. Витебск, 2017. 116 с.

34. *Решетников Д. Г., Траскевич А. Г.* Организация санаторно-курортного хозяйства : учеб.-практ. пособие. Минск, 2011. 255 с.

35. Клиники Беларуси. Информационный портал медицинских услуг [Электронный ресурс]. URL: <https://clinicsbel.by/> (дата обращения: 12.05.2020).

36. Концепция санаторно-курортного лечения и оздоровления населения Республики Беларусь [Электронный ресурс] // Санатории Беларуси. URL: https://sanatorii.by/?Концепцыя_sanatorno-kurortnogo_lecheniya_i_ozdorovleniya_naseleniya_Respubliki_Belarusi (дата обращения: 12.05.2020).

37. Мечковская О. А. Медицинский туризм в Республике Беларусь: проблемы и перспективы развития // Географические науки в обеспечении стратегии устойчивого развития в условиях глобализации (к 100-летию со дня рождения профессора Н. Т. Романовского) : материалы Междунар. науч.-практ. конф., Минск, 25—28 окт. 2012 г. / редкол.: И. И. Пирожник (гл. ред.) [и др.]. Минск, 2012. С. 182—184.

38. Беларускі дзяржаўны музей народнай архітэктуры і побыту [Электронны рэсурс]. URL: <http://etna.by/> (дата звароту: 14.05.2020).

39. Наваградскі Т. А. Эвалюцыя традыцый харчавання беларусаў у XIX—XX стст. Мінск, 2015. 243 с.

40. Археос. Ассоциация экспериментальной археологии [Электронный ресурс]. URL: <https://археос.рф> (дата обращения: 15.05.2020).

41. Христов Т. Т. Религиозный туризм : учеб. пособие. М., 2008. 288 с.

42. Официальный сайт Синодального паломнического отдела Белорусской православной церкви [Электронный ресурс]. URL: <https://pilgrim.by> (дата обращения: 15.05.2020).

43. Михайлец М. А. Охрана культурного наследия на международном уровне : пособие. Минск, 2017. 231 с.

44. Хухлындина Л. М., Гайдукевич Л. М. Туризм и культурное наследие : пособие. Минск, 2014. 296 с.

45. Музеи Беларуси [Электронный ресурс]. URL: <http://museum.by/> (дата обращения: 14.05.2020).

46. Museum Powstania Warszawskiego [Zasób elektroniczny]. URL: <https://www.1944.pl> (data złożenia wniosku: 16.05.2020).

47. Культурно-историческое и природное наследие Беларуси: теория и практика использования в туризме / Л. М. Гайдукевич [и др.]. Минск, 2014. 348 с.

48. Фэст экскурсаводаў [Электронны рэсурс]. URL: <https://festguides.by/> (дата звароту: 17.05.2020).

49. Квартальнов В. А. Туризм социальный: история и современность. Киев, 1989. 341 с.

50. Дранкевич О. Г. Туристско-экскурсионный потенциал малых исторических городов Беларуси // Туризм в Республике Беларусь: состояние и перспективы развития : материалы Респуб. науч.-практ. конф., Гродно, 19—20 нояб. 2009 г. / редкол.: И. И. Веленто, С. В. Донских [и др.]. Гродно, 2011. С. 37—41.

51. О развитии агроэкотуризма [Электронный ресурс] : Указ Президента Респ. Беларусь, 9 окт. 2017 г., № 365 // Нац. правовой интернет-портал Респ. Беларусь. URL: pravo.by/upload/docs/op/P31700365_1507669200.pdf (дата обращения: 17.05.2020).

52. Slow food [Электронный ресурс]. URL: <https://www.slowfood.com> (дата обращения: 14.05.2020).

53. Сесёлкин А. Устойчивый туризм как приоритетное направление в стратегии устойчивого развития [Электронный ресурс] // Мосты. Аналитика и новости о торговле и устойчивом развитии. Т. 10, № 4. URL: <http://www.ictsd.org/bridges-news/> (дата обращения: 17.05.2020).

54. Valentine P. Ecotourism and Nature Conservation: A definition with some recent developments in Micronesia // Tourism Management. 1993. Vol 14, № 2. P. 107—115.

55. The International Ecotourism Society [Electronic resource]. URL: <https://ecotourism.org/> (date of access: 17.05.2020).
56. Храбовченко В. В. Экологический туризм : учеб.-метод. пособие [Электронный ресурс]. М., 2003. 208 с. URL: https://tourlib.net/books_green/hrabovchenko.htm (дата обращения: 06.05.2020).
57. Колбовский Е. Ю. Экологический туризм и экология туризма : учеб. пособие. М., 2008. 256 с.
58. Туроператор «Экосистема туризма». Экотуры по Беларуси [Электронный ресурс]. URL: <https://ecojourney.by/> (дата обращения: 18.05.2020).
59. Зеленые маршруты Беларуси [Электронный ресурс]. URL: <https://greenways.by/> (дата обращения: 18.05.2020).
60. Валожынскія гасцінцы [Электронный ресурс]. URL: <https://hascincy.by/> (дата обращения: 18.05.2020).
61. Беларусь второй раз названа лучшей страной для агротуризма [Электронный ресурс]. URL: <https://officelife.media/news/belarus-for-the-second-time-named-the-best-rural-tourism/> (дата обращения: 19.05.2020).
62. Сулова Н. В. Пятнадцать основных достижений за 15 лет «Отдыха в деревне» [Электронный ресурс]. URL: <https://wildlife.by/recreation-and-tourism/news/pyatnadsat-osnovnykh-dostizheniy-za-15-let-otdykha-v-derevne/> (дата обращения: 20.05.2020).
63. Агротуристический кластер «Муховэцька кумора» [Электронный ресурс]. URL: <http://kumoga.by/> (дата обращения: 21.05.2020).
64. Райн Х., Шулер А. Туризм в сельской местности / науч. ред. А. Д. Чудновского. М., 2013. 472 с.
65. Абрядина В. В., Здоров М. А. Туризм сельских территорий. М., 2015. 172 с.
66. Еврорегионы Беларуси [Электронный ресурс]. URL: beleuroregion.by (дата обращения: 26.05.2020).
67. Белорусско-латвийский туристический портал Bella Dvina [Электронный ресурс]. URL: <http://www.belladvina.com> (дата обращения: 26.05.2020).
68. Промышленный туризм — выгодно всем [Электронный ресурс]. URL: <https://www.tio.by/info/novosti/13688/> (дата обращения: 27.05.2020).
69. Новиков В. С. Инновации в туризме : учеб. пособие. 3-е изд., испр. и доп. М., 2010. 208 с.
70. Как изменится туристический рынок в 2020 году: 12 прогнозов от экспертов [Электронный ресурс] // Ассоциация туроператоров. URL: <https://www.atorus.ru/news/press-centre/new/49952.html> (дата обращения: 28.05.2020).
71. Олюнина И. В., Сулова Н. В. Современная практика экскурсионной работы в Республике Беларусь : учеб.-метод. пособие. Минск, 2014. 142 с.
72. Горбылева З. М. Экономика туристической индустрии : учебник. Минск, 2018. 527 с.