
СЕКЦИЯ 5

МЕНЕДЖМЕНТ СОБЫТИЙНЫХ МЕРОПРИЯТИЙ

ТЕНДЕНЦИИ РАЗВИТИЯ ВНУТРЕННЕГО ТУРИЗМА В РЕСПУБЛИКЕ БЕЛАРУСЬ

Барановская Д. В.¹⁾, Гайдукевич Л. М.²⁾

¹⁾ Белорусский государственный университет,
пр. Независимости, 4, 220030, г. Минск, Беларусь, doro.ska@mail.ru

²⁾ Белорусский государственный университет,
пр. Независимости, 4, 220030, г. Минск, Беларусь

Рынок туристических услуг – один из наиболее динамично развивающихся секторов экономики, всё время под влиянием внешних и внутренних факторов в данной сфере появляются различные тренды и тенденции, определяющие дальнейшее её развитие. В статье описаны тренды и ближайшие перспективы развития внутреннего туризма в Республике Беларусь, дается анализ тенденций, приводятся некоторые статистические данные основных индикаторов развития данных тенденций в стране, примеры проявления данных течений и возможности дальнейшего их развития.

Ключевые слова: внутренний туризм; экологические виды туризма; национальная идентичность; глэмпинг; образовательный туризм; промышленный туризм.

TRENDS IN THE DEVELOPMENT OF DOMESTIC TOURISM IN THE REPUBLIC OF BELARUS

Baranovskaya D. V.^a, Gaidukevich L. M.^b

^a Belarusian State University, Nezalezhnosti Ave., 4, 220030, Minsk, Belarus, doro.ska@mail.ru

^b Belarusian State University, Nezalezhnosti Ave., 4, 220030, Minsk, Belarus
Corresponding author: Baranovskaya D. V. (doro.ska@mail.ru)

The market of tourist services is one of the most dynamically developing sectors of the economy, all the time under the influence of external and internal factors in this area there are various trends and trends that determine its further development. The article describes trends and immediate prospects for the development of domestic tourism in the Republic of Belarus, analyzes trends, provides some statistical data of the main indicators of the development of these trends in the country, examples of the manifestation of these trends and the possibility of their further development.

Key words: domestic tourism; ecological types of tourism; national identity; glamping; educational tourism; industrial tourism.

В современных обстоятельствах под влиянием различных внешних и внутренних факторов главной и определяющей тенденцией в индустрии

является активное развитие внутреннего туризма, который в свою очередь, служит основой для возобновления международного турпотока, повышения качества местных туруслуг, усовершенствования старых направлений или появления новых тенденций в отрасли.

Как было отмечено ранее, потребительские привычки белорусских туристов преобразовываются, путешественники интересуются продуктами, которые организованы в соответствии с их личными потребностями, индивидуальными особенностями. Это является одной из важнейших тенденций современного белорусского туризма, от которой необходимо отталкиваться при создании турпродуктов.

Вместе с тем, белорусы в последнее время проявляют повышенный интерес к национальной истории и культуре, к изучению наследия. Национальная идентичность и самосознание становятся контекстом современного туризма. Молодые люди, выросшие в городах, начинают задумываться о том, что нельзя утрачивать связь с предыдущими поколениями, и показывают свою заинтересованность, создавая спрос на услуги агроэкотуризма, ремесленного туризма, индивидуальные и самостоятельные экскурсии в малые города, региональные фестивали и т.д.

Галина Потаева, директрисса и основательница туристической компании «Виаполь», работающей на белорусском рынке 30 лет, даёт экспертную оценку: «Аудитория молодеет. Раньше, по моим наблюдениям, на сборные экскурсии ездили люди более зрелого возраста. Сейчас я бы сказала, что экскурсии по Беларуси становятся модным занятием и среди молодежи». Кроме того, она отмечает, что рост популярности внутреннего туризма и изучения культурного наследия в меньшей степени связан с тем, что у белорусов существенно сократились возможности выезда за границу – «вынужденных» туристов не более 5-10%. Это опять же говорит о стремительном росте интереса к белорусской истории и культуре [4].

Наравне с этим, в контексте глобализации и урбанизации современные потребители всё больше сегодня придают значение мировым экологическим проблемам, стремятся лично способствовать сохранению окружающей среды, поэтому растёт спрос на экологические виды туризма. К тому же путешествия подобного рода – это возможность отдохнуть вдали от шумного, загрязнённого выхлопными газами города. Кроме ставших уже традиционными агротуризма, бёрдвотчинга, пеших и велопоходов, набирает обороты такое направление, как глэмпинг (гламурный кемпинг).

Глэмпинг – это отдых на природе со всеми удобствами и полноценным отельным обслуживанием. Важное условие глэмпинга – он должен быть мобильным и органично вписываться в окружающую среду, не нанося ей вреда [1].

В мировой практике глэмпинг начал широко распространяться ещё с 2005 года. За последние годы в одной только Европе было открыто больше сотни глэмпингов. Одними из самых известных и уникальных проектов в мире считаются: Skylodge Suites в Перу, Loch Ness Glamping в Шотландии, Kakslauttanen Arctic Resort в Финляндии, White Desert в Антарктиде.

В Беларуси, несомненно, также есть все возможности организовывать отдых данного типа. В последнее время предпринимаются попытки создавать инфраструктуру для глэмпинга, например, глэмпинг «Ля Блакитных азер» в Поставском районе, типи в загородном экопарке «Аквапель» в Пуховичском районе. Однако пока это движение в Беларуси не приняло полноценно ту форму, которая оригинально предполагается.

Студентами и преподавателями Полесского государственного университета было проведено анкетирование для изучения популярности глэмпинга среди белорусского населения. В опросе приняло участие более сотни респондентов разной возрастной категории. Среди респондентов – 84% женщин и 16% мужчин, средний возраст составил 20 лет. В ходе опроса, было выявлено, что 83% людей не знакомы с таким видом отдыха. Это указывает на то, что глэмпинг ещё недостаточно известен и распространён на территории Беларуси, однако существует ряд причин актуальности развития глэмпинга в Беларуси:

- наличие уникальных природных мест;
- небольшая насыщенность рынка;
- быстрая окупаемость по сравнению с отелями, гостиницами;
- использование альтернативных источников энергии;
- экономичное производство (изготовление объектов из вторичного сырья) [3].

В новых условиях ведения бизнеса, связанных с COVID-19, ожидается, что глэмпинг станет одним из самых привлекательных способов отдыха. Так, 88,6% респондентов считают глэмпинг перспективным направлением развития туризма в Беларуси, что подтверждается результатами анкетирования [3].

Для дальнейшего развития необходимы, в первую очередь инвестиции, чтобы соорудить глэмпинг по всем экологическим стандартам, а также формировать правильное понимание данного вида кемпинга у специалистов в сфере туризма и других потенциальных участников организации глэмпинг-дестинаций.

Кроме того, на рынке турпродуктов, которые подразумевают уединение, появляется такое направление, как ретриты - время в уединении, посвящённое духовной практике, отдаление от обыденной жизни и повседневного уклада вещей. В Беларуси уже появились интересные предложения в этой сфере. Многие агентства по организации мероприятий, йога

центры уже организуют поездки в различные отдалённые от городов места, в том числе с использованием глэмпинговой инфраструктуры. В ретрит туры обычно входят такие направления деятельности, как йога, хайкинг, сапбординг, ланд-арт, велопрогулки, программы детокса и многое другое.

Процесс глобализации вносит изменения и в мировую систему образования. Качественные изменения и новые подходы к формированию и развитию образовательной среды выделили образовательный туризм в самостоятельное направление. Качество и разнообразие образовательных услуг, а также развитие инновационной составляющей обуславливают востребованность образовательного туризма в современном обществе. Популяризация образовательного туризма является важной тенденцией и в сфере туризма Беларуси.

В настоящее время новый Закон Республики Беларусь «О туризме» в числе туристических целей называет образовательные цели, а также в перечень видов туризма включен образовательный туризм.

В Беларуси основной формой образовательного туризма являются школьные экскурсии и поездки. Их рекомендуется включать в образовательный процесс и внеклассную работу. Туризм является мощным фактором повышения эффективности обучения, зачастую учителя сами проводят такие экскурсии, не всегда обладая необходимыми умениями и навыками. Поэтому необходимо обеспечивать предложение туристических продуктов, сделанных в соответствии с образовательными программами. К тому же, юных туристов безусловно увлекает нестандартный подход, практические, а не академические формы. А также это дополнительный и намного более эффективный инструмент патриотического воспитания в школе. Кроме того, функция таких экскурсий не только информационно-просветительская и мировоззренческая, но и профориентационная – школьникам часто интересно посмотреть и послушать, как работают различные организации и предприятия. Здесь образовательный туризм пересекается с промышленным, который также становится всё популярнее и популярнее.

Республика Беларусь – индустриально развитая страна, в которой свыше 5000 фабрик и заводов. С каждым годом всё больше и больше предприятий предлагают услуги проведения экскурсий. Сегодня среди самых популярных и адаптировавшихся к приёму туристов предприятий можно назвать такие заводы как БЕЛАЗ, МТЗ, “Аліварыя”, “Луч”, Лидский пивной завод, “Коммунарка” и др. Однако предприятия поменьше тоже начинают подстраиваться под уже переставшее быть новым веяние на рынке туристических услуг.

В рамках рабочей группы по развитию промышленного туризма организовано взаимодействие между основными министерствами и ведомствами страны. В частности, между Министерством промышленности, Министерством архитектуры и строительства, концернами «Беллегпром» и «Белгоспищепром», а также Национальным агентством по туризму. На всех заводах и фабриках в настоящее время разработаны постоянно действующие туристические маршруты, организовано тесное взаимодействие с республиканскими и региональными турагентствами [2].

Минпром для себя определил три основных направления развития промышленного туризма.

Во-первых, познавательный (имиджевый) туризм – знакомство с историей предприятий, производимой продукцией, непосредственно с самим производством.

Во-вторых, деловой (корпоративный) – проведение выставочных и экскурсионных мероприятий для потенциальных и проверенных активных деловых партнеров.

В-третьих, профориентационный туризм – проведение соответствующих посещений, предусматривающих знакомство учащихся с работой конструкторских служб, служб маркетинга и рекламы, производственных цехов предприятий [2].

Для задействования возможностей всего туристического потенциала республики и популяризации промышленного туризма предприятия Минпрома традиционно участвуют в проводимых выставочно-ярмарочных мероприятиях, таких как «Отдых-2022», «Туристическое наследие Беларуси», «Зов Полесья», «Беларусь гостеприимная» и других [2].

Экскурсии, организованные в рамках промышленного туризма, могут стать частью маркетинга предприятия, занять достойное место в проведении бизнес-миссий, деловом обмене опытом, поиске партнеров, повышении корпоративной культуры, а также в развитии внутреннего туризма Беларуси.

В свою очередь белорусы, а также иностранные туристы, проявляют всё большую заинтересованность промышленными экскурсиями на белорусские предприятия.

«Мы видим устойчивый рост количества проведенных экскурсионных мероприятий и численности туристов, посетивших предприятия промышленности. Например, БЕЛАЗ в 2021 году посетило более 17 тыс. человек, а за восемь месяцев текущего года – уже более 20 тыс. человек. Такая же динамика наблюдается по всем промышленным предприятиям», – комментирует ситуацию на рынке заместитель министра промышленности Дмитрий Харитончик [2].

Данное направление особенно востребовано в период туристического межсезонья, когда погодные условия не располагают к отдыху и экскурсиям на свежем воздухе. Более того не только экскурсии на фабрики и заводы, но посещение ремесленных мастерских, сельхозпредприятий и фермерских хозяйств можно поместить под понятие промышленного туризма.

Такие экскурсии, помимо прочего, могут сопровождаться мастер-классами, что сегодня очень ценится потребителями туруслуг, так как такие мероприятия всегда подразумевают индивидуальный подход, который сегодня обуславливает и направляет весь рынок внутреннего и международного туризма.

Таким образом, вполне сформированный на сегодняшний день внутренний туризм в Беларуси имеет ещё широкий простор для развития. Рынок туризма охвачен различными трендами и тенденциями, которые появляются под влиянием внутренних и внешних факторов развития туристической отрасли. На сегодняшний день важно правильно войти в своего рода стратегические окна и сделать всё возможное для изучения, понимания и правильного распоряжения предоставленными возможностями.

Библиографические ссылки

1. Глэмпинг – отдых на природе с комфортом [Электронный ресурс] // Russia Discovery. – Режим доступа: <https://www.russiadiscovery.ru/news/glamping/>. – Дата доступа: 30.11.2022.
2. Как развивается промышленный туризм в условиях внешних вызовов [Электронный ресурс] // Министерство промышленности Республики Беларусь. – Режим доступа: <https://minprom.gov.by/kak-razvivaetsya-promyshlennyj-turizm-v-usloviyah-vneshnih-vyzovov/>. – Дата доступа: 30.11.2022.
3. Перспективы развития глэмпинга в Беларуси [Электронный ресурс]. - Режим доступа: [https://rep.polessu.by/bitstream/123456789/25815/1/ Perspektivy_razvitiia.pdf](https://rep.polessu.by/bitstream/123456789/25815/1/Perspektivy_razvitiia.pdf). – Дата доступа: 03.12.2022.
4. Спрос на внутренний туризм в Беларуси растёт и «молодеет» // Экономическая газета. – Режим доступа: <https://neg.by/novosti/otkrytj/na-vnutrenniy-turizm-v-belarusi-spros-rastet-i-molodeet/>. – Дата доступа: 03.12.2022.