

Совет Министров  
Республики Беларусь

ПОСТАНОВЛЕНИЕ

\_\_\_\_\_ 2020 г.

№ \_\_\_\_\_

г. Минск

Об утверждении Национальной стратегии  
развития туризма в Республике Беларусь  
до 2035 года

Совет Министров Республики Беларусь ПОСТАНОВЛЯЕТ:

1. Утвердить Национальную стратегию развития туризма в Республике Беларусь до 2035 года (прилагается).
2. Настоящее постановление вступает в силу после его официального опубликования.

Премьер-министр  
Республики Беларусь

НАЦИОНАЛЬНАЯ СТРАТЕГИЯ  
развития туризма в Республике  
Беларусь до 2035 года

**I. Общие положения**

Национальная стратегия развития туризма в Республике Беларусь на период до 2035 г. (далее – Стратегия) является главным программным и концептуальным документом, определяющим эффективное функционирование сферы туризма в долгосрочной перспективе.

**Цель документа** – максимальная реализация туристического потенциала Республики Беларусь на внутреннем и внешних рынках на основе целенаправленных и согласованных действий государственных органов, предпринимательского сообщества и граждан. Реализация Стратегии будет способствовать достижению Республикой Беларусь Целей устойчивого развития в области обеспечения поступательного экономического роста, занятости и благосостояния населения посредством роста доходов от туризма и стимулирования развития регионов.

Основные термины и понятия, используемые в Стратегии:

**Агротуризм** – деятельность, направленная на ознакомление агротуристов с природным и культурным потенциалом республики, национальными традициями в процессе отдыха, оздоровления, временного пребывания в агроусадебках.

**Агроусадебка** – жилой дом (жилые дома), в том числе с имеющимися при нем (при них) гостевыми домиками, принадлежащий (принадлежащие) на праве собственности субъекту агротуризма – сельскохозяйственной организации, субъекту агротуризма – физическому лицу и (или) члену (членам) его семьи, благоустроенный (благоустроенные) применительно к условиям соответствующего населенного пункта и расположенный (расположенные) на земельных участках в сельской местности, малых городских поселениях в одном населенном пункте либо разных населенных пунктах, если такие участки граничат друг с другом. Общее число комнат в агроусадебке для размещения агротуристов не может превышать десяти.

**Брендбук** – это официальное руководство по управлению брендом, в котором прописываются концепция бренда, его ценности, ключевые символы и атрибуты. В него также входит набор стандартов и инструкций по применению знаков, логотипов, персонажей бренда, их шрифтовому и цветовому исполнению, а также правильному размещению на различных носителях.

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

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

**Выездной туризм** – туристическое путешествие граждан Республики Беларусь, а также иностранных граждан и лиц без гражданства, постоянно проживающих в Республике Беларусь, за пределы территории Республики Беларусь.

**Деловой туризм** – командировки и поездки со служебными целями, включая участие в конференциях, конгрессах и др. без получения доходов в месте командировки.

**Доступный туризм** – форма туризма, которая включает в себя процесс сотрудничества между различными участниками сферы туризма и позволяет лицам с ограниченными возможностями функционировать независимо, на равных условиях, через предоставление универсальных туристических продуктов, услуг и доступной среды, включая мобильную, визуальную, слуховую и когнитивную составляющие доступности.

**Импорт туристических услуг** – внешняя торговля туристическими услугами посредством их оказания иностранными исполнителями белорусским заказчикам услуг.

**Индивидуальные средства размещения** – комнаты, квартиры, дома, сельские усадьбы, коттеджи, сдаваемые внаем.

**Коллективные средства размещения** – объекты, предоставляющие места для краткосрочного проживания лицам, прибывшим в поездки с деловыми, коммерческими целями, для оздоровления, отдыха и по другим причинам; подразделяются на гостиницы, аналогичные средства размещения и специализированные средства размещения. К аналогичным средствам размещения относятся общежития для приезжих, хостелы и другие средства размещения, которые состоят из номеров и предоставляют ограниченные гостиничные услуги. К специализированным средствам размещения относятся санаторно-

курортные, оздоровительные организации и другие специализированные средства размещения.

**Коэффициент загрузки средства размещения** – показатель, характеризующий использование койко-мест в средстве размещения за определенный период, выраженный в процентах, рассчитываемый отношением числа койко-суток (ночевок), предоставленных проживающим, и произведения числа мест в средстве размещения и числа дней за определенный период.

**Курорт местного значения** – освоенная и используемая в лечебных, профилактических и оздоровительных целях природная территория, подлежащая специальной охране, находящаяся в ведении местных исполнительных и распорядительных органов, располагающая природными лечебными ресурсами, необходимыми для их использования зданиями и сооружениями, включая объекты инфраструктуры, и соответствующая экологическим и санитарно-эпидемиологическим нормам и правилам.

**Курорт республиканского значения** – освоенная и используемая в лечебных, профилактических и оздоровительных целях природная территория, подлежащая специальной охране, находящаяся в ведении республиканских органов государственного управления, располагающая природными лечебными ресурсами, необходимыми для их использования зданиями и сооружениями, включая объекты инфраструктуры, и соответствующая экологическим и санитарно-эпидемиологическим нормам и правилам.

**Курортная зона (курортный регион)** – территория, подлежащая специальной охране, характеризующаяся особо благоприятными природными условиями и лечебными факторами, на которой расположены курорты и природно-рекреационные зоны (зоны отдыха).

**Малое средство размещения** – коллективное средство размещения, используемое организациями различных организационно-правовых форм и индивидуальными предпринимателями для предоставления услуг по размещению туристов, с номерным фондом не более 50 номеров.

**MICE-туризм** – сегмент индустрии туризма, связанный с организацией и проведением различных корпоративных мероприятий (М – «meetings» – встречи; I – «incentives» – развлекательные и поощрительные мероприятия; С – «conferences» – конференции; Е – «exhibitions» – выставки, имиджевые мероприятия).

**Оздоровительные организации** – организации для взрослых, детей, взрослых и детей, в которых осуществляется оздоровление населения; к ним относятся: профилакторий, оздоровительный центр (комплекс),

образовательно-оздоровительный центр, оздоровительный лагерь, спортивно-оздоровительный лагерь, дом (база) отдыха, пансионат, иные организации, одним из видов деятельности которых является оздоровление населения.

**Оздоровление** – комплекс мероприятий, направленных на повышение устойчивости к физическим, биологическим, психологическим, социальным факторам окружающей среды в целях укрепления здоровья граждан.

**Организованный туризм** – поездка по турам, реализованным организациями и индивидуальными предпринимателями, осуществляющими туристическую деятельность.

**Посетитель** – турист, экскурсант.

**Рекреационная емкость** – величина, характеризующая способность рекреационной территории обслуживать определенное количество посетителей при условии их достаточного психофизиологического комфорта без деградации природных компонентов среды и нанесения ущерба объектам культурного наследия и архитектурно-художественным объектам, находящимся на данной территории.

**Рекреационная нагрузка** – количество человек, отдыхающих одновременно в течение всего сезона, пользующихся единицей площади рекреационной территории без нанесения существенного ущерба природным комплексам, в которых продолжаются самовосстановительные процессы и растительность не испытывает регрессионных изменений.

**Санаторно-курортные организации** – организации, предоставляющие санаторно-курортные услуги и расположенные на курортах или в лечебно-оздоровительных местностях; к ним относятся: санаторий (для взрослых, взрослых и детей, детей); студенческий санаторий-профилакторий; детский реабилитационно-оздоровительный центр, реабилитационный центр (отделение).

**Событийный туризм** – вид туризма, поездки при котором приурочены к каким-либо событиям. События могут относиться к сфере культуры, спорта, бизнеса, и др.

**Социальный туризм** – туризм, полностью или частично осуществляемый за счет бюджетных средств, средств государственных внебюджетных фондов (в том числе средств, выделяемых в рамках государственной социальной помощи), а также средств работодателей.

**Специальный туристско-рекреационный парк** – часть территории Республики Беларусь с определенными границами, создаваемая в целях формирования благоприятных условий для реализации инвестиционных

проектов по развитию туристической индустрии и инфраструктуры, в пределах которой устанавливается и действует специальный правовой режим для осуществления резидентами инвестиционной и предпринимательской деятельности.

**Средство размещения** – помещение, используемое юридическими лицами и индивидуальными предпринимателями для предоставления услуг размещения и удовлетворяющее требованиям, предъявляемым к временному проживанию потребителей услуг средств размещения.

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

**Туризм** – туристическое путешествие, а также деятельность юридических лиц, физических лиц, в том числе индивидуальных предпринимателей, по его организации.

**Турист** – физическое лицо, совершающее туристическое путешествие на период от 24 часов до одного года или осуществляющее не менее одной ночевки в стране (месте) временного пребывания.

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

**Туристическая дестинация** – географическое пространство, составляющее цель путешествий посетителя (или сегмента посетителей), обладающее необходимой инфраструктурой для размещения, питания, развлечений, познавательной и оздоровительной деятельности и представляющее собой субъект конкуренции на рынке въездного туризма и стратегический объект предпринимательства.

**Туристическая деятельность** – туроператорская и турагентская деятельность.

**Туристические ресурсы** – природные, социально-культурные объекты, в том числе недвижимые материальные культурные ценности, удовлетворяющие духовные потребности туристов, экскурсантов и (или) содействующие укреплению и восстановлению их здоровья.

**Туристический кластер** – совокупность территориально локализованных юридических лиц и индивидуальных предпринимателей, характеризующихся общностью деятельности и взаимодополняющих друг друга при производстве туристической продукции.

**Туристско-рекреационная территория** – территория, на которой расположены наиболее ценные туристические ресурсы, объекты туристического интереса, а также установлен режим приоритетного целевого функционирования и развития.

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

**Экскурсант** – физическое лицо, совершающее экскурсию без ночевки в стране (месте) временного пребывания.

**Экспорт туристических услуг** – внешняя торговля туристическими услугами посредством их оказания белорусскими исполнителями иностранным заказчикам услуг.

## **II. Актуальные тенденции и перспективы развития туризма в современном мире**

В настоящее время индустрия туризма и путешествий является одним из основных драйверов развития мировой экономики. Согласно оценкам экспертов Всемирного совета по туризму и путешествиям (WTTC), доходы мировой индустрии туризма формируют 10,4% мирового валового внутреннего продукта (ВВП) и имеют темпы роста, опережающие рост мировой экономики (3,2%). Международный туризм обеспечивает 30% мирового экспорта услуг и 7% суммарного экспорта товаров и услуг. Эксперты WTTC прогнозируют, что в течение ближайшего десятилетия удельный вес индустрии туризма и путешествий в мировом ВВП возрастет до 11,7%.

Согласно данным Всемирной туристской организации (ЮНВТО) мировой объем доходов от международного туризма в 2017 году составил 1,34 трлн. долл., а количество международных туристических прибытий в 2018 г. достигло 1,4 млрд., к 2030 г. ожидается его увеличение до 1,8 млрд. При этом, согласно оценкам экспертов, въездной туризм

формирует лишь 1/4 общих доходов от туризма, тогда как 3/4 приходится на внутренний туризм.

Развитие международного туризма характеризуется значительной региональной неравномерностью. Несмотря на невысокие темпы роста, ведущие позиции традиционно занимает Европейский макрорегион (51% мирового объема прибытий и 39% доходов). На Азиатско-Тихоокеанский макрорегион приходится соответственно 24% прибытий и 29% доходов. Американский макрорегион концентрирует 16% прибытий и 24% доходов. Удельный вес макрорегионов Африки, Ближнего и Среднего Востока в распределении мировых туристических потоков постепенно повышается, но остается невысоким.

Благоприятные прогнозы развития сферы туризма определяют потребности в инвестициях в развитие и модернизацию инфраструктуры для обеспечения увеличивающихся туристических потоков и растущих потребностей все более компетентных и требовательных путешественников, делающих свой выбор из многочисленных конкурирующих между собой дестинаций. Согласно экспертным оценкам WTTC и статистической службы Европейского союза, в период с 2015 по 2025 год объем инвестиций в развитие индустрии туризма и путешествий в Европе составит 2,1 трлн. евро (5% в прогнозируемой отраслевой структуре распределения инвестиций), в т.ч. в регионе Восточной Европы – 237 млрд. евро. Таким образом, даже при достигнутом в ЕС высоком уровне развития туристической инфраструктуры предполагается интенсивное инвестирование в нее для поддержания конкурентоспособности.

Являясь трудоемкой сферой, индустрия туризма обеспечивает занятость каждого десятого работника в мире, при этом в последнее десятилетие туризм обеспечил создание 1/5 новых рабочих мест. Международный опыт показывает, что привлечение 30 новых туристов сопровождается созданием 1 нового рабочего места.

Основными современными тенденциями развития мирового туризма являются: цифровизация сферы туризма и гостеприимства; глобализация мировой индустрии туризма; рост сегмента самостоятельных путешествий; активное развитие механизмов экономики совместного потребления; динамичное развитие и удешевление пассажирских перевозок; повышенное внимание к удовлетворению запросов рыночных сегментов с особыми потребностями; экологизация туристического спроса и др.

Эти и прочие тенденции в краткосрочной и долгосрочной перспективе будут оказывать влияние на изменения объема и структуры



спроса, возможности использования нетрадиционных для сферы туризма технологических решений, определяя уровень конкурентоспособности национального туристического продукта на внутреннем и внешних рынках.

### **III. Актуальная ситуация и потенциал развития туризма в Республике Беларусь**

В Республике Беларусь в период 2000-2018 гг. наблюдается устойчивый рост индустрии туризма, что доказывает положительная динамика количества туристических организаций, средств размещения, доли туризма в объеме ВВП страны и занятых в сфере туризма. По официальной статистической информации в 2018 г. туристические услуги оказывали 1482 субъекта, услуги размещения – 1077 коллективных средств размещения с номерным фондом 40,6 тыс. номеров, деятельность в сфере агротуризма – 2473 субъекта.

Значительно улучшены условия для развития въездного и внутреннего туризма: прошла существенная либерализация визового режима, упростилась процедура регистрации иностранных граждан, наблюдается улучшение туристической инфраструктуры, повысилось качество сервиса, появилась и развивается отечественная система онлайн-бронирования ВЕТЛИВА, Республика Беларусь появилась в туристических рейтингах западных стран.

О результативности проводимой работы свидетельствуют целевые показатели развития сферы туризма, отраженные в Государственной программе «Беларусь гостеприимная» на 2016-2020 гг. Так, по итогам 2018 г. экспорт туристических услуг составил 230,5 млн. долларов США и вырос на 14,0% к уровню 2017 г. Численность иностранных граждан, посетивших Республику Беларусь в 2018 г., составила 4,8 млн. человек (110,7%), с учетом потока на белорусско-российском участке границы – 11,5 млн. человек (в 2017 – 11,1 млн. человек). Количество организованных туристов и экскурсантов, посетивших Республику Беларусь, составило 365,5 тыс. человек (129,3%).

Возросло значение сферы туризма для социально-экономического развития страны. Так, доля валовой добавленной стоимости, созданной в сфере туризма, в ВВП страны в 2016 году составила 2,2% против 1,8% в 2014 году, а доля занятых в сфере туризма в общей численности занятых в экономике Беларуси увеличилась с 4,9% в 2015 году до 5,6% в 2018 году. При этом величина валовой добавленной стоимости, созданной в сфере туризма, в 2016 году составила 2,1 миллиарда рублей и по сравнению с 2014 годом увеличилась в фактических ценах на 47,0%,

количество занятых в сфере туризма возросло в 2018 году по сравнению с 2015 годом на 8,8% и достигло 241,7 тыс. человек).

Современное экономическое значение сферы туризма Республики Беларусь сопоставимо с соответствующими значениями в странах-соседях. Согласно отчету Всемирного экономического форума о конкурентоспособности туризма и путешествий, опубликованному в 2017 г., доля сферы туризма в среднем по странам-соседям (Латвия, Литва и Польша) в ВВП этих стран составляла 2,5%, Россия – 1,5%, Украина – 1,5%.

Вместе с тем, по роли в мировом туризме страна существенно отстает от других стран региона. По данным WTTC (2018 г.), удельный вес Беларуси в прямых доходах мирового туризма в 2016 г. составлял 0,039 %, а в общих доходах, включая косвенные эффекты – 0,037 % (для сравнения, доля Польши, составляет 0,369 и 0,382 соответственно). По показателям интенсивности прибытий иностранных посетителей в расчете на 100 местных жителей, объема доходов от международного туризма в расчете на 1 жителя и 1 прибытие иностранного посетителя Республика Беларусь в настоящее время существенно уступает большинству стран Центральной и Восточной Европы.

Удельный вес организованных иностранных туристов (167,1 тыс. человек в 2018 году), воспользовавшихся услугами организаций, осуществляющих туристическую деятельность, составляет около 1,5% в общей структуре въездного потока иностранных посетителей. Это свидетельствует о подавляющем доминировании неорганизованного въездного туризма над организованным.

По-прежнему основной поток въезжающих организованных туристов составляют граждане СНГ, хотя их соотношение с гражданами иных стран резко сократилось (с 10,5:1 в 2015 г. до 1,4:1 в 2018 г.). То есть прослеживается положительная тенденция по диверсификации рынков. Пятерку стран, граждане которых наиболее часто посещают Республику Беларусь, в 2018 году составляли страны-соседи: Российская Федерация, Литва, Польша, Латвия, Украина.

Услугами коллективных и индивидуальных средств размещения различного типа воспользовались 12% въездного потока иностранных посетителей. Это свидетельствует о том, что в структуре въездных потоков в Республику Беларусь преобладают транзитные и однодневные поездки, а также посещение родственников и знакомых, в большинстве случаев без использования действующих средств размещения, формирующих основную часть доходов туристической индустрии.

Недостаточно развит внутренний туризм. Численность организованных туристов и экскурсантов, отправленных по маршрутам внутри страны, в 2018 г. составила 1,0 млн. человек (10,6 в расчете на 100 жителей), а общая стоимость внутренних организованных туров и экскурсий – 25,0 млн. руб. (2,6 руб. в расчете на 1 жителя страны). Согласно рекомендациям ЮНВТО, в целях обеспечения национальных интересов соотношение между внутренним и выездным туризмом должно составлять 4:1. По результатам 2018 г. в Беларуси число внутренних путешественников превышало число выехавших всего в 1,2 раза.

Это свидетельствует о том, что значительный ресурсный потенциал развития туризма до настоящего времени используется не в полном объеме. Такая ситуация во многом объясняется недостаточным уровнем развития инфраструктуры, невысокой конкурентоспособности предлагаемых туристических продуктов на мировом рынке и ограниченной деятельностью по их продвижению, а также недостаточной мотивацией субъектов хозяйствования и граждан страны к внутреннему туризму.

Свидетельством последнего является невысокий показатель заполняемости гостиниц и иных аналогичных средств размещения (31% в 2018 году) при снижении доли гостей из числа граждан Беларуси (48,3% в 2018 г. против 57,2% в 2015 году). Несмотря на некоторые достижения, все еще ощущается нехватка средств размещения экономичного и среднего ценового сегмента, предлагающих стандартизированный набор услуг. Существенной проблемой является нехватка в отдельных популярных на сегодняшний день центрах туризма средств размещения, позволяющих принимать большие организованные группы туристов.

Одним из наиболее динамично развивающихся видов туризма в Беларуси является агроэкотуризм. В 2018 году по сравнению с 2015 годом рост числа его субъектов составил 9,3%, а числа принятых туристов 43,5% (с превалярованием доли граждан Республики Беларусь). Высокая динамика развития агротуризма в стране обусловлена в первую очередь льготными условиями организации ведения бизнеса в сельской местности и налогообложения со стороны государства.

Учитывая усиливающуюся конкуренцию на глобальном рынке туристических услуг, важным направлением развития туризма является создание и продвижение (развитие) новых туристических маршрутов (объектов) которые позволят усилить национальный туристический продукт.

В последние годы достигнуты значительные успехи в работе над качеством экскурсионной деятельности в Республике Беларусь – создана система разработки экскурсионных маршрутов, обучения и аттестации экскурсоводов и гидов-переводчиков. По итогам 2018 г. в реестре аттестованных экскурсоводов значилось 885 человек, гидов-переводчиков – 192. В то же время, потребность в подготовке квалифицированных кадров в экскурсионной сфере резко возросла, особенно по таким языкам как китайский, польский, итальянский, иврит. Отмечается резкое несоответствие языковой структуры входящих потоков иностранных туристов и структуры по языкам аттестованных гидов-переводчиков. Серьезной проблемой является необеспеченность регионов Беларуси гидами-переводчиками.

На сегодняшний день в Государственный список историко-культурных ценностей Республики Беларусь внесено 5585 объектов наследия. Ежегодно данный список объектов расширяется. В туристические предложения включено 57,2% от общего количества объектов недвижимых памятников культурного наследия, в том числе 78% памятников архитектуры и градостроительства. Также в Беларуси, насчитывается 159 музеев различной направленности. Наиболее успешными реализованными проектами в области туристического использования могут служить Национальный историко-культурный музей-заповедник «Несвиж», Замковый комплекс «Мир», Белорусский государственный музей истории Великой Отечественной войны. Среди основных проблем можно выделить отсутствие современного технического оснащения экспозиций и недостаток использования активной коммуникации и современных музейных технологий в значительной части региональных музеев, недостаточный уровень взаимодействия с туристическими операторами.

На международном уровне признана система особо охраняемых природных территорий Республики Беларусь (занимают около 9% страны), что определяет их высокую ценность для экологического туризма. Тем не менее, ресурсный потенциал ООПТ на сегодняшний день используется незначительно, что требует решения ряда задач по улучшению (созданию) инфраструктуры для приема туристов на территориях, близлежащих к ООПТ, формированию пакета туристических услуг, маркетингового продвижения.

Республика Беларусь располагает модернизированной традиционной конкурентоспособной сферой санаторно-курортного лечения и оздоровления, где в 2018 г. за счет всех источников финансирования было принято более 840 тыс. чел., из которых 72,7% граждане Беларуси.

Активно разрабатываются и внедряются инновационные методы санаторно-курортного лечения и оздоровления, что позволяет повышать конкурентоспособность и наращивать объемы экспорта. В то же время требуется продолжение продуктивной работы по повышению уровня сервиса санаторно-курортных и оздоровительных учреждений, рекламного продвижения на основных целевых рынках.

В Республике Беларусь в последние годы резко увеличилось число проводимых международных событийных мероприятий (особенно спортивной тематики), что способствует более эффективному функционированию инфраструктуры и использованию туристического потенциала страны. Тем не менее, Республика Беларусь на данный момент не входит в число лидирующих дестинаций делового туризма (в рейтинге Международной ассоциации конгрессов и конференций (ИССА) Республика Беларусь занимает 103 строчку (из 168 стран) и отстаёт от большинства стран-соседей (Польша – 18, Россия – 41, Литва – 53, Латвия – 60, Украина – 82, Казахстан – на 89, Азербайджан – 94). При этом Минск занимает 171 место среди городов Европы и 358 – в мире среди городов, принимающих крупные деловые мероприятия, в том числе и из-за недостаточности и территориальной неоднородности развития инфраструктуры, необходимой для их проведения.

Республика Беларусь как туристическая дестинация обладает рядом *естественных* конкурентных преимуществ (транзитное географическое положение, ценное природное и культурное наследие и др.) при недостаточном уровне развития *приобретенных* (визовые формальности, наличие привлекательного имиджа страны и региональных дестинаций, инвестиционная активность в сфере туризма и уровень развития специализированной инфраструктуры, степень внедрения современных информационных технологий и иных направлений инноваций, доступность и стоимость транспортной составляющей туристического путешествия, уровень компетенций управленческих структур и профессиональных кадров и др.).

*С учетом современных мировых тенденций функционирования туристического рынка требуется ускоренное развитие факторов, способствующих использованию возможностей* (привлечение новых туристических потоков благодаря упрощению и отмене визовых и миграционных формальностей и улучшению транспортной логистики; незадействованный внутренний рынок массового туризма; снижение тарифов на услуги международного пассажирского транспорта; повышение инвестиционной привлекательности видов деятельности, характерных для туризма, осуществляемых в региональных и местных

центрах туризма и др.), а также устранение существующих барьеров и угроз (снижение привлекательности страны на мировом рынке туризма вследствие увеличения отставания от стран конкурентов, в т.ч. на рынке Российской Федерации из-за роста популярности внутреннего туризма и у отдельных возрастных групп из-за несоответствия туристических продуктов их потребительским предпочтениям; ухудшение экологической обстановки в местах массового туризма, негативное воздействие на объекты природного и культурного наследия).

Соотнесение сильных и слабых сторон с возможностями и угрозами свидетельствует, что будущий потенциал развития сферы туризма связан с привлечением новых туристических потоков и повышением инвестиционной привлекательности сферы туризма. Таким образом, Стратегия должна быть направлена на либерализацию условий посещения страны иностранными туристами и формирование привлекательной бизнес-среды в сфере туризма.

#### **IV. Цель, задачи и ключевые ориентиры развития туризма в Республике Беларусь**

##### **4.1 Цель и целевые показатели**

Основными стратегическими целями развития туризма в Республике Беларусь на период до 2035 года являются:

I. Усиление роли национальной туристической индустрии на мировом рынке туризма и увеличение доли Республики Беларусь в мировых туристических доходах с 0,04% в 2016 году до 0,1% в 2035 году.

II. Расширение практического внедрения акселераторов достижения Целей устойчивого развития в туризме и вхождение Республики Беларусь в число 100 дестинаций устойчивого туризма.

III. Повышение конкурентоспособности Республики Беларусь на мировом рынке туризма и вхождение в число 50 стран с наиболее высоким показателем индекса конкурентоспособности в сфере путешествий и туризма (Travel&Tourism Competiveness Index).

Целевые показатели реализации настоящей Стратегии представлены в Приложении.

##### **4.2 Основные задачи**

Достижение основных стратегических целей основано на комплексном подходе к обеспечению развития туризма и индикативном планировании ключевых направлений приложения

усилий государства, частного бизнеса и общественности. В соответствии с этим реализация поставленных целей основывается на решении задач экономического, внешнеполитического, организационного, информационно-технологического и инфраструктурного характера, а также в области человеческих ресурсов и социальной ответственности.

*Экономические задачи:*

доведение ежегодного суммарного объема экспорта услуг международного туризма и пассажирских перевозок с 1,2 млрд. до 3 млрд. долларов США;

диверсификация направлений въездного туризма, увеличение доли туристических прибытий из стран ОЭСР до 40%;

доведение среднего уровня доходов от одного иностранного посетителя с 71 до 250 долларов США.

*Внешинополитические задачи:*

развитие и укрепление позитивного международного имиджа Республики Беларусь;

повышение уровня узнаваемости Республики Беларусь на мировой арене.

*Организационные задачи:*

наращивание компетенций и полномочий Министерства спорта и туризма в области управления экономическими процессами в сфере туризма и координации действия органов управления видами экономической деятельности, характерными для туризма, поддержания развития предпринимательства и стимулирования инвестиционной активности в туристической индустрии Республики Беларусь;

создание специальных туристско-рекреационных парков с благоприятным инвестиционным климатом для видов экономической деятельности, характерных для туризма, и увеличение общего количества таких парков до 9 объектов;

развитие и совершенствование сервис онлайн-бронирования VETLIVA в целях комплексного продвижения национального туристического продукта на внутреннем и международном туристических рынках в глобальной сети Интернет.

создание и введение в эксплуатацию единой электронной платформы, консолидирующей бизнес-процессы по визовой поддержке, страхованию, регистрации, транзакциях, связанных с путешествием в Республику Беларусь.

*Инфраструктурные задачи:*

увеличение единовременной вместимости коллективных средств размещения в расчете на тысячу человек населения с 9 до 10 мест;

формирование и развитие сети регулярно функционирующих туристических информационных центров, охватывающей все центры туризма международного, национального и регионального значения;

совершенствование сервисов и элементов транспортной инфраструктуры, важных для развития устойчивого и социального туризма во всех центрах туризма международного, национального и регионального значения, а также в национальных парках, курортной зоне, курортах и зонах отдыха республиканского и местного значения, специальных туристско-рекреационных парках, включая создание пунктов зарядки и сервиса для электромобилей, обустройство маршрутов велосипедного туризма, консолидированного электронного сервиса (агрегатора) транспортных услуг;

создание комфортной цифровой туристической среды путем формирования в сети интернет комплексных онлайн-сервисов, представляющих все центры туризма международного, национального и регионального значения и предлагающих информационные и транзакционные онлайн-сервисы.

*Задачи в области человеческих ресурсов, социальной ответственности и патриотического воспитания:*

содействие трансформации отраслевой структуры занятости Республики Беларусь путем создания новых рабочих мест в отраслях, связанных с обслуживанием посетителей, увеличение доли занятых в сфере туризма в общей численности занятых в экономике с 5,6% в 2018 году до не менее 8%;

создание доступной среды на разнородных объектах туристической индустрии, способных обеспечить не менее одного полного цикла туристического обслуживания, в каждом центре туризма международного, национального и регионального значения, национальном парке, специальном туристско-рекреационном парке и курорте;

развитие экскурсионного туризма как важнейшего средства нравственного совершенствования и формирования национальной идентичности, сопровождающееся увеличением численности организованных экскурсантов – граждан Республики Беларусь, отправленных по маршрутам в пределах территории Республики Беларусь, до 2 млн. человек;

развитие доступного массового внутреннего туризма, в том числе социального, как важнейшего средства оздоровления, культурного развития, укрепления института семьи, патриотического воспитания, сопровождающееся увеличением до 3,5 млн. чел. количества граждан



Республики Беларусь, останавливающихся в средствах размещения ежегодно.

### **4.3 Развитие отдельных видов туризма**

Исходя из имеющегося туристического потенциала, тенденций спроса, конкурентной среды в Беларуси могут быть реализованы различные формы и виды туризма, как традиционные (познавательный, оздоровительный и др.), так и более современные (агротуризм, деловой и др.). Большинство развивающихся в стране форм и видов туризма сочетают признаки нескольких классификаций и в связи со спецификой могут быть наилучшим образом реализованы в отдельных регионах. Формирование и развитие системы туристско-рекреационных территорий будет осуществляться на основе кластерного подхода в соответствии с Генеральной схемой размещения зон и объектов оздоровления, туризма и отдыха Республики Беларусь на 2016–2020 годы и на период до 2030 года, утвержденной постановлением Совета Министров Республики Беларусь от 15 декабря 2016 г. № 1031.

В целях совершенствования работы в различных секторах сферы туризма, обеспечения их устойчивого развития и повышения экономической эффективности будет продолжена разработка специфических программ развития *по основным видам туризма*.

#### ***Лечебно-оздоровительный туризм***

Основой развития данного вида туризма является высокоразвитая санаторно-курортная инфраструктура, достигнутые высокие темпы роста валовых и качественных показателей, государственная адресная поддержка доступности для разных групп населения страны и сравнительные конкурентные преимущества для иностранных граждан. В 2018 году в здравницах страны с использованием всех источников финансирования обеспечено санаторно-курортным лечением и оздоровлением более 840 тыс. человек, причем география экспорта услуг постоянно расширяется. В санаторно-курортных организациях страны активно разрабатываются и внедряются инновационные методы санаторно-курортного лечения и оздоровления.

Все более востребованным и популярным среди иностранных граждан становится медицинский туризм, который имеет большой потенциал роста, благодаря высокому качеству и доступному по стоимости медицинскому обслуживанию. Организацией медицинских туров занимаются специализированные компании.

Для развития лечебно-оздоровительного туризма должен быть реализован комплекс мер, направленных на повышение доступности санаторно-курортного лечения для граждан Беларуси и других стран при одновременном обеспечении эффективности функционирования за счет создания современного санаторно-курортного комплекса, обеспечивающего развитие курортов, эффективное использование природных лечебных ресурсов, развитие материально-технической базы санаторно-курортных организаций. Для достижения цели следует решить ряд задач:

совершенствовать систему государственного регулирования санаторно-курортного комплекса, в первую очередь, устранив ведомственную и отраслевую разобщенность, что сделает услуги более доступными для населения при соблюдении принципов рационального использования природно-лечебных ресурсов, поскольку антропогенное влияние снижает их качество и даже приводит к их исчезновению;

совершенствовать организацию деятельности, кадрового обеспечения санаторно-курортных организаций, что позволит повысить качество оказания санаторно-курортных услуг и внедрять новые виды санаторно-курортного лечения и оздоровления, в том числе аутентичные целительные практики, технологии СПА и веллнеса;

активизировать деятельность по информированию отечественных и зарубежных граждан, медицинских работников о возможностях санаторно-курортного комплекса Беларуси;

развитие инфраструктуры курортов, в том числе путем модернизации санаторно-курортных организаций;

повышение инвестиционной привлекательности санаторно-курортного комплекса, в том числе для развития его инфраструктуры;

развивать социальный лечебно-рекреационный и оздоровительный туризм для детей, людей с ограниченными возможностями и пенсионеров, в том числе путем стимулирования и мотивации к отдыху внутри страны за счет средств граждан, специальных фондов и др.

### ***Экологический и агроэкотуризм***

Развитие этого сегмента туризма является общемировым трендом и в Беларуси опирается на потенциал уникальных природных ландшафтов, особо охраняемых природных территорий (ООПТ), накопленный прогрессивный опыт и лидерство в этом сегменте, сохраняющуюся поддержку государства, включая экономическое стимулирование.

Поддержка дальнейшего развития экологического туризма предусматривает реализацию комплекса мер по следующим направлениям:

разработка стратегий развития экологического туризма для каждой ООПТ, признанных перспективными для использования в рекреационных целях;

разработка механизмов привлечения инвестиций для качественного развития туристического продукта и создание на принципах государственно-частного партнерства туристической инфраструктуры на территориях, близлежащих к ООПТ;

строительство и обеспечение функционирования визит-центров (эколого-образовательных, туристических информационных) при ООПТ, смотровых площадок, разработка экологических маршрутов;

осуществление обучения экскурсоводческой работе инструкторов-проводников при ООПТ, разработка электронных путеводителей;

регулирование антропогенной нагрузки на ООПТ, включая установление нормативов допустимой антропогенной нагрузки на ООПТ на основании результатов научных исследований и контроль за их соблюдением;

проведение работ по восстановлению региональных природных ландшафтов, нарушенных при осуществлении антропогенной деятельности;

учет потенциала особо охраняемых природных территорий при разработке и реализации планов управления ООПТ, градостроительных проектов специального планирования территорий курортов и зон отдыха;

разработка на региональном уровне локальных экологических маршрутов;

расширение практики аренды поверхностных водных объектов для спортивного и рекреационного рыболовства, подводной охоты, лова рыбы на дорожку и др.;

совершенствование мер охраны природного наследия и стимулирование уменьшения антропогенного воздействия на природные комплексы земель, прилегающих к ООПТ;

содействие дальнейшему развитию орнитологического и охотничьего туризма;

разработка мер по минимизации бюрократических процедур для посещения ООПТ иностранными гражданами;

усиление кадрового состава администраций ООПТ путем введения в штат заповедников специалистов по развитию туризма.

Одним из перспективных направлений туризма, получивших в последнее десятилетие благодаря государственной поддержке существенное развитие в Республике Беларусь, является *агротуризм*. Он отражает самобытную культуру Беларуси, укрепляет самосознание нации, демонстрирует душевность и гостеприимство народа и является платформой для создания уникального конкурентоспособного туристического продукта на основе возрождения национальных традиций. Агротуризм играет важную роль в формировании имиджа Беларуси как новой туристической дестинации. Его развитие предполагает использование инновационных подходов креативной экономики и кластерной модели территориального развития. Дальнейшее развитие этого вида туризма связано с его поддержкой со стороны государства, расширением географии экспорта услуг, усилением взаимодействия субъектов агротуризма с национальными и иностранными туристическими операторами, системами бронирования.

### ***Охотничий туризм***

Республика Беларусь обладает немалым биоразнообразием, относительно нетронутыми ландшафтами, сравнительно высокой плотностью животных и птиц охотничьих видов в угодьях, что делает привлекательным его развитие. При этом должна обеспечиваться сбалансированность и соответствие целям устойчивого развития.

Одной из важнейших составляющих доходности охотничьего хозяйства является охотничий туризм, опыт многих европейских государств убедительно это подтверждает. Для его развития в Республике Беларусь имеются необходимые условия:

удобное географическое расположение;

возможность охоты на редкие и экзотические (для иностранных граждан) виды охотничьих животных (лось, волк, глухарь и др.).

Иностранный охотничий туризм начал практиковаться в Беларуси с 1989 года. Если до 2000 года в Беларусь приезжали с целью охоты граждане из Германии, Польши, стран Бенилюкса, то в последние годы произошло существенное увеличение охотников из России.

В Республике Беларусь традиционно проводится весенняя и летне-осенняя охота на пернатую дичь, охота на копытных, осенне-зимняя охота на пушных зверей. Если в 2005 году разрешалась охота на 47 видов диких зверей и птиц, то на сегодняшний момент охота разрешена на 53 вида диких животных, в том числе на 21 вид млекопитающих и 32 вида птиц.

В 2018 году в республике выручка от иностранного охотничьего туризма составила 8,5 млн. рублей (темп роста в сравнении с 2017 годом составил 105%).

Большое внимание уделяется развитию инфраструктуры охотничьего хозяйства. Ежегодно строятся или реконструируются биотехнические или охотхозяйственные сооружения, охотничьи домики и остановочные пункты. В настоящее время в системе Министерства лесного хозяйства функционирует 91 охотничий комплекс, отвечающий современным требованиям и обеспечивающий отдых всех желающих граждан.

Для увеличения заинтересованности иностранных охотников в участии в охотах пользователями охотничьих угодий приобретено охотничье оружие (нарезное и гладкоствольное) для передачи гражданам во временное пользование на время охоты.

Министерством лесного хозяйства совместно с заинтересованными организациями и ведомствами подготовлен и утвержден Комплекс мер по развитию охотничьего туризма в Республике Беларусь на 2020 год (далее – Комплекс мер), реализация которого позволит устранить сдерживающие факторы развития данного вида туризма.

Дальнейшая работа по развитию охотничьего туризма в Беларуси включает следующие основные мероприятия:

- организация работы по снятию запрета на ввоз трофеев волка из Республики Беларусь в страны Европейского союза, установленного Директивой Европейской комиссии от 18 августа 2008 г. № 811/2008;

- совершенствование процесса получения ветеринарного сертификата для вывоза охотничьих трофеев и дичемясной продукции;

- организация и представление стенда Республики Беларусь на крупнейших охотничьих выставках в Европе («JAGD & HUND» в г.Дортмунд, «DIE HONE JAGD & FISCHEREI» в г.Зальцбург и иных выставках);

- повышение уровня подготовки специалистов в области охотничьего туризма, в том числе с сохранением специальности высшего образования первой ступени обучения 1-89 02 02 «Туризм и природопользование».

Вместе с тем необходимо смещение акцента при развитии охотничьего туризма от чисто экономической целесообразности (преимущественное развитие охоты на нормируемые виды животных в ущерб остальным видам охоты) к гармоничному развитию всех традиционных для Беларуси видов охоты согласно следующим критериям:

- координации деятельности пользователей охотничьих угодий с туристическими предприятиями;

- приоритетностью существенно более емкого внутреннего охотничьего туризма;

стимулированию развития иностранного охотничьего туризма, при условии его концентрации в локальных хозяйствах, имеющих достаточную ресурсную обеспеченность.

Среди основных задач и путей развития охотничьего туризма следует выделить:

создание локальных высокопродуктивных охотничьих хозяйств, обеспеченных инфраструктурой, кадрами и научным сопровождением, ориентированных на привлечение иностранных охотников;

разработка и содействие проведению событийных мероприятий, внедрение информационных технологий бронирования и покупки услуг.

### ***Культурно-познавательный туризм***

Основой формирования туристического имиджа Республики Беларусь на мировом рынке услуг является уникальное культурное наследие, которое развивалось под влиянием особого геополитического положения на стыке западной и восточной цивилизаций, а также имеет связь с жизнью и деятельностью ряда личностей, известных в мировом масштабе и являющихся значимыми персоналиями в том числе для других народов. Объекты культурного наследия служат фундаментом для развития познавательного туризма, позволяют показать историю и самобытность белорусского народа, а также могут рассматриваться в качестве одного из элементов патриотического воспитания молодого поколения. Расширение роли культурного наследия в активизации туристического потока и повышении узнаваемости Республики Беларусь на международной арене требует успешного осуществления мероприятий по следующим направлениям:

совершенствование системы охраны культурного наследия;

продолжение ремонтно-реставрационных работ на историко-культурных ценностях в целях вовлечения их в хозяйственный и туристический оборот;

осуществление ревитализации объектов нематериального наследия белорусского народа, а также разработка мер поддержки традиционных народных промыслов и ремесел;

формирование доступной для иностранных туристов информационной среды на объектах культурно-познавательного туризма (установка туристических указателей, стендов с информацией на разных языках, обеспечение QR-кодами памятников материального культурного наследия, создание мобильных аудиогидов и др.);

проведение мероприятий, направленных на популяризацию национальных традиций белорусов внутри страны и за рубежом;

внедрение новых форм и методов музейной работы, использование интерактивных и мультимедийных технологий на объектах культурно-познавательного туризма;

принятие мер, направленных на содействие появлению новых музеев (в том числе музеев-скансенов археологической и этнографической тематики) их тематического разнообразия, формирование оригинальных музейных экспозиций;

разработка культурно-познавательного туристического продукта на основе внедрения карт-системы, обеспечивающей их интеграцию в региональный туристический продукт;

совершенствование программ подготовки и повышения квалификации сотрудников объектов культурно-познавательного туризма;

развитие систем электронного бронирования и покупки билетов в ведущих музеях.

### ***Событийный туризм***

Перспективы развития данного вида туризма основываются на богатом опыте проведения крупных спортивных соревнований и культурных событий, деловых мероприятий, созданной и создающейся инфраструктуре, позволяющей использовать креативные подходы для развития туризма в малых городах за счет проведения значительного числа местных фестивалей, событий. Особенно динамично развивается сфера международных спортивных соревнований. Спортивные мероприятия формируют около 40% ивент-рынка Беларуси. Для Республики Беларусь можно выделить следующие направления программ развития событийного туризма по его видам: 1) спортивные; 2) конгрессные; 3) выставочные и ярмарочные; 4) фестивальные; 5) гастрономические.

С точки зрения маркетинга туристических дестинаций ивент-мероприятия представляют собой уже готовый рекламный продукт, с помощью которого можно создавать и продвигать товарные знаки (бренды), привлекать туристов к местам проведения фестивалей, формировать имидж региона, город, трансформировать городскую и сельскую среду, привлекать внимание к проблемам общества, экологию, формировать культурные потребности посетителей фестивалей. Для продвижения событийного туризма положительным моментом является достаточно активное использование Интернета, в частности создание и поддержание ресурсов, посвященных формированию различных календарей событий.

В целевой аудитории ивент-мероприятий на базе центров культурного наследия можно выделить две группы: Российская Федерация и ближнее зарубежье; Польша и дальнее зарубежье. Однако процент иностранных туристов на международных мероприятиях, проводимых в Беларуси, не превышает 5%. Разработка тематических событийных мероприятий должна вестись с учетом как юбилейных дат и событий Республики Беларусь, так и событий мирового масштаба.

Учитывая выявленные проблемы развития событийного туризма в Республике Беларусь, можно отметить следующие области дальнейшей работы в этой сфере:

всесторонняя поддержка инициатив по организации тематических фестивалей;

развитие событийного туризма по его видам: спортивные; конгрессные; выставочные и ярмарочные; фестивальные; гастрономические мероприятия;

совершенствование правовых регламентов согласования, проведения и обеспечения безопасности массовых мероприятий, привлекательных для туристов.

## **V. Основные приоритеты стратегии**

### **5.1 Основные принципы и направления**

Достижение стратегических целей развития туризма возможно при последовательном подходе к стимулированию спроса на въездной и внутренний туризм, а также интеграции усилий со стороны смежных отраслей, сфер и видов деятельности – размещения посетителей, розничной торговли и общественного питания, транспорта, информационно-коммуникационных технологий, культуры, физической культуры и спорта, средств массовой информации.

Механизм реализации Стратегии опирается на принципы:

первичности стимулирования туристического спроса перед наращиванием потенциала предложения туристического продукта при недопущении существенного отставания последнего, в том числе за счет внедрения новых технологий и увеличения инвестиций в туристическую индустрию;

стимулирования актуальных направлений инвестирования в сферу туризма, преференциальной поддержки инновационных проектов, в том числе реализуемых частным бизнесом и на основе государственно-частного партнерства в форме соглашений для привлечения внебюджетных инвестиций;



совершенствования процедуры контроля и мониторинга реализации Стратегии, более широкого вовлечения в процесс представителей общественных организаций и частного бизнеса на всех этапах ее реализации;

интеграции инновационных, в первую очередь цифровых технологий в сферу туризма для повышения качества и эффективности услуг.

Механизм реализации Стратегии предусматривает три пятилетних этапа: 2020-2025 годы, 2026-2030 годы и 2031-2035 годы.

На первом этапе будет достигнут экстенсивный рост туристического потребления путем стимулирования внутреннего спроса и въездных туристических потоков. Основными направлениями реализации механизма стратегии станут институциональные преобразования в сфере туризма, позволяющие оптимизировать государственное управление, повысить доступность страны для иностранных посетителей, улучшить бизнес-среду.

В период реализации Стратегии на втором этапе будет обеспечен государственный заказ на создание институтов, методологии и физических субъектов оценки конкурентоспособности Республики Беларусь на мировом рынке туризма, ее признания и обеспечения присутствия Республики Беларусь в мировых рейтингах. На основании этих разработок будет обеспечен выбор доминирующих алгоритмов (программ) третьего этапа реализации Стратегии.

Механизм реализации стратегии предусматривает выполнение запланированных мероприятий по выделенным этапам, с пересмотром и оценкой предыдущего этапа по итогам его завершения. Оценка результативности Стратегии будет производиться с учетом разработанных и представленных ранее целевых показателей, количественно отражающих качественные изменения в направлениях реализации Стратегии. Оценка производится национальным государственным органом управления в сфере туризма по официальной статистической информации, административным данным, данным годовых отчетов о проведении отраслевого мониторинга и данным иных источников информации.

## **5.2 Развитие туристических дестинаций**

В настоящее время в туристической индустрии Республики Беларусь внедряются новые подходы к территориально-отраслевой организации экономических субъектов. Зарубежный опыт показывает успешность применения кластерной модели в сфере туризма. В ряде европейских

стран кластерная политика является частью инновационной политики и для ее эффективной реализации создана Интернет-платформа European cluster collaboration, где в сфере туризма и гостеприимства представлено более 40 успешно функционирующих кластеров. Вне зависимости от того, каким образом возникает и функционирует туристско-рекреационный кластер, государственное вмешательство осуществляется через воздействие на ключевые факторы в направлении нейтрализации рисков и устранения препятствий.

В Республике Беларусь согласно Генеральной схеме размещения зон и объектов оздоровления, туризма и отдыха Республики Беларусь на 2016 – 2020 годы и на период до 2030 года, утвержденной постановлением Совета Министров Республики Беларусь от 15 декабря 2016 г. № 1031 (далее – Генеральная схема), предусмотрен перечень туристско-рекреационных территорий (курортные зоны; курорты республиканского значения; курорты местного значения; лечебно-оздоровительные местности; специальные туристско-рекреационные парки; туристические зоны местного значения; зоны отдыха республиканского значения; зоны отдыха местного значения), которые могут стать территориальной основой для создания туристско-рекреационных кластеров.

Основными направлениями имплементации кластерной модели развития сферы туризма в Беларуси должны стать:

применение кластерного подхода при территориальной организации сети объектов туристической индустрии на туристско-рекреационных и сопредельных с ними территориях;

улучшение механизма взаимодействия между региональными и местными администрациями, субъектами туристической индустрии и другими заинтересованными организациями;

разработка индивидуальных программ комплексного развития региональных туристско-рекреационных кластеров, инициированных местными бизнес-сообществами в сфере туризма;

информационное сопровождение комплексного и сбалансированного развития туристско-рекреационных территорий с учетом инновационных технологий;

создание благоприятных условий для реализации инвестиционных проектов в сфере формирования и развития объектов туристической индустрии на туристско-рекреационных территориях;

обеспечение рационального использования туристических ресурсов, определение допустимой рекреационной нагрузки и обеспечение

сохранности природных комплексов, как основы устойчивого развития туристско-рекреационных кластеров.

Вместе с тем, требуется дифференциация подходов реализации кластерной политики на разных туристско-рекреационных территориях. В качестве первоочередных объектов внедрения кластерного подхода должны выступить туристско-рекреационные парки, создание которых предусмотрено Генеральной схемой. Туристско-рекреационные парки как инфраструктурные элементы способствуют эффективному развитию туристической индустрии путем оптимизации территориальной организации отрасли, формирования конкурентоспособного регионального туристического продукта, создания благоприятных условий деятельности, вовлечения трудовых ресурсов в экономическую деятельность, повышения качества подготовки кадров, усиления практической ориентации научно-исследовательских работ, активизации рекламно-информационной деятельности и консалтинга в сфере туризма.

При создании специальных туристско-рекреационных парков, способствующих устойчивому региональному развитию, необходимо реализовать комплекс мероприятий:

- разработать положения об организации и функционировании туристско-рекреационных парков, создать координационные центры, разработать и утвердить их уставы;

- совершенствовать налоговое законодательство в части определения дополнительных льгот и преференций по налогам, сборам, аренде лизингу и др. для субъектов туристической индустрии и смежных отраслей;

- инициировать проекты государственно-частного партнерства на основе содержательных вопросов концептуального развития туристско-рекреационных парков со стороны администрации;

- предоставить возможности создания организаций, а также реализации проектов в туристско-рекреационных парках с любым объемом инвестиций;

- использовать государственные инвестиции в туристическую инфраструктуру и инфраструктуру общего пользования парков, маркетинг, инновации с целью повышения эффективности их функционирования.

### **5.3 Транспортная коммуникация и инфраструктура**

Транспортно-географическое положение рассматривается в качестве одного из естественных ресурсов Республики Беларусь, обеспечивающих развитие всех видов туризма. В рамках функционирования транспортного комплекса Республики Беларусь разработана и успешно реализуется

Государственная программа развития транспортного комплекса Республики Беларусь на 2016-2020 гг.

В Республике Беларусь наблюдается рост объемов и динамичное развитие географии авиаперевозок, совершенствование инфраструктуры Национального аэропорта «Минск», осуществляется реконструкция региональных аэропортов для их вовлечения в международные перевозки. В то же время, на белорусском рынке воздушных перевозок почти не представлены авиакомпании-лоукостеры. Основная причина – осуществление регулирования международных авиаперевозок в Республике Беларусь исключительно на основе принципов паритетности, отсутствие режима «Открытого неба».

Дальнейшее развитие туристического рынка Республики Беларусь возможно исключительно при поэтапном дерегулировании воздушного пространства страны в комплексе с мерами по повышению конкурентоспособности отечественного авиаперевозчика, которые заключаются в следующем:

задекларировать особые условия для региональных аэропортов как узловых точек для осуществления международных авиаперевозок компаниями-лоукостерами по принципу «открытого неба»;

распространить и расширить на региональные аэропорты нормы безвизового режима, совершенствуемые в соответствии с законодательством;

разработать меры по снижению цен на авиабилеты на основе гибких тарифов;

продолжить работу с туристическими организациями и представительствами в Республике Беларусь и странах-соседях для привлечения пассажиров (в т.ч. транзитных) на рейсы лоукост-компаний, которые выполняются из областных аэропортов.

Наземные транспортные коридоры, которые получили значительное развитие в последнее десятилетие, в Республике Беларусь еще имеют колоссальный нереализованный потенциал в туристической отрасли. В первую очередь важно существенно нарастить отдачу от придорожного сервиса. Его развитие планируется на основе международного опыта с учетом современных потребностей пользователей дорог, экономического потенциала, принципов развития стойкой инфраструктуры, и предполагает:

дальнейшее продолжение развития комплексных объектов придорожного сервиса с обязательным обеспечением рекомендуемых расстояний в соответствии с Генеральной схемой развития придорожного

сервиса на республиканских автомобильных на очередной пятилетний период;

преимущественно комплексное развитие в первую очередь на платных автомобильных дорогах и дорогах, входящих в международную сеть «Е»;

развитие дополнительных сопутствующих услуг (станции зарядки электромобилей, строительство стоянок и устройств для обслуживания караванеров, экспресс-мойки автомобилей, бесплатная услуга доступа в интернет посредством Wi-Fi для пользователей, размещение банкоматов и безоператорных пунктов обмена иностранной валюты и др.);

обеспечение высокого качества эксплуатации объектов, соблюдения санитарно-гигиенических норм, условий для эксплуатации лицами с особыми потребностями.

Должна получить развитие возможность использования авто- и велопроката. С целью поощрения развития автопрокатного сервиса в Республике Беларусь, ориентированного на туристов, представляется важным обеспечить благоприятные условия для размещения и деятельности автопрокатных компаний вблизи пунктов пропуска в аэропортах. Дальнейшее развитие сети услуг по аренде (прокату) транспортных средств в Республике Беларусь можно рассматривать по следующим направлениям:

создание транспортно-технических баз в центрах туризма Республики Беларусь;

расширение ассортимента транспортных средств, преимущественно экологически чистых видов (аренда электромобилей, прокат электрических и механических велосипедов, скутеров, мопедов, сегвейев, гидроскутеров);

совершенствование транспортной инфраструктуры: наличие парковок, стоянок, установка станций для зарядки электромобилей; создание сетевых сервисов поминутного проката велосипедов, работающих онлайн.

С учетом выгодного транспортно-географического положения нашей страны в настоящее время в большой потенциал имеет автомобильный туризм на базе кемпингов и стоянок для кемперов. Опыт зарубежных стран показывает, что кемпинги являются одним из наиболее экономически эффективных и не требующих значительных инвестиций направлений развития туристической инфраструктуры.

Для дальнейшего развития кемпингов и площадок для кемперов в Республике Беларусь важно решить следующие проблемные вопросы:

осуществить улучшение средств навигации кемперов на территории Республики Беларусь, а также инфраструктуры кемперных стоянок и кемпингов;

осуществлять строительство новых кемперных стоянок с соблюдением ТКП и учетом международного, в первую очередь, европейского опыта;

содействовать включению белорусских кемперных стоянок в европейские каталоги;

проводить развитие кемперных стоянок в рамках иных средств размещения.

#### **5.4 Развитие туристической и обеспечивающей инфраструктуры, доступной среды**

Важным условием повышения эффективности использования туристско-рекреационных ресурсов страны является инфраструктурное обустройство основных элементов системы территориальной организации туризма.

Предполагается ускоренное развитие туристической инфраструктуры в центрах туризма международного (города: Минск, Гродно, Брест, Витебск, Гомель, Могилев, Полоцк), национального (города: Новогрудок, Пинск, Мир, Несвиж, Браслав, Бобруйск, Будслав, Жировичи, Каменюки, Лида, Логойск, Нарочь, Поречье, Поставы) и регионального (города: Борисов, Волковыск, Глубокое, Горки, Заславль, Кобрин, Лепель, Мозырь, Молодечно, Мстиславль, Орша, Ружаны, Слоним, Слуцк, Солигорск, Сморгонь, Туров, Пружаны, Шклов) значения.

Целенаправленному созданию и реконструкции объектов туристической инфраструктуры будет способствовать:

формирование и развитие системы туристско-рекреационных территорий Беларуси на основе кластерного подхода (в соответствии с Генеральной схемой);

включение в генеральные планы развития городов – центров туризма международного и национального значения – разделов, посвященных развитию туризма, созданию доступной и комфортной туристической среды;

разработка и реализация стратегий развития нескольких пилотных туристических дестинаций на основе кластерного подхода в каждой области Республики Беларусь;

реализация региональных инфраструктурных проектов в сфере туризма на принципах государственно-частного партнерства;

повышение инвестиционной привлекательности туристической индустрии, стимулирование предпринимательских инициатив в малых и средних городах – центрах туризма национального и регионального значения;

организационно-правовое решение проблемы незавершенного строительства объектов туристической инфраструктуры в регионах страны.

В контексте формирования и развития доступного туризма актуальность приобретают социальные, физические и экономические возможности населения Республики Беларусь. Доступный туризм не является отдельным элементом туристической сферы и рассматривается как гарантия использования туристических возможностей лицами с инвалидностью, имеющими временные нарушения функций здоровья, пожилыми, детьми, беременными женщинами.

В Республике Беларусь число доступных туристических объектов и необходимого транспорта очень ограничены. Актуальной остается проблема создания доступной среды на объектах туристической индустрии. В сфере доступного туризма необходимо, в первую очередь, принять следующие меры:

создание адаптивной инфраструктуры и доступной среды на имеющихся объектах туристической индустрии, внедрение принципов и решений универсального дизайна на строящихся, реконструируемых и вводимых в эксплуатацию объектах;

включение в туристско-рекреационные кластеры экономических субъектов, позволяющих организовать полный цикл производства и потребления доступного туристического продукта;

подготовка специалистов, владеющих компетенциями, необходимыми для работы с различными категориями граждан с учетом их состояния здоровья;

создание программы доступного туризма, а также интеграция ее с основными государственными программами, касающимися социальной защиты населения, здоровья и демографической безопасности; комфортного жилья и благоприятной окружающей среды.

## **5.5 Кадровая политика и образование**

Важным компонентом успешного функционирования туристической индустрии является подготовка кадрового состава. Система непрерывной подготовки кадров охватывает все виды туризма и позволяет обеспечить высококвалифицированными специалистами все функциональные

направления сферы туризма, гостеприимства, рекреации и экскурсоведения. Перечень специальностей является достаточно широким и охватывает разные стороны туристической деятельности – от экономики и управления туристической индустрией до предпринимательской деятельности в сфере физической культуры, спорта и туризма. Вместе с тем объем и структура подготовки кадров характеризуется невысокой долей бюджетного финансирования (10-20%) и не в полной мере соответствует требованиям действующих классификаторов ЕТКС, ЕКСД и нанимателей. Требуется совершенствование содержания образовательных программ, формирование практических профессиональных компетенций. Имеет место недостаточный уровень языковой подготовки специалистов, задействованных в сфере туризма, несистемность повышения квалификации руководителей и специалистов.

В целях поддержки достижения целей Стратегии требуется:

- разработка профессиональных стандартов в сфере туризма, гостеприимства, рекреации и экскурсоведения;

- обеспечение гибкости и вариативности содержания образовательных программ в соответствии с потребностями сферы туризма, гостеприимства, рекреации и экскурсоведения, участие организаций – заказчиков кадров в разработке образовательных стандартов нового поколения в связке с профессиональными стандартами;

- усиление практико-ориентированности обучения, прежде всего за счет увеличения доли и совершенствования содержания практики, направленного на приобретение профессиональных компетенций, овладение современными инструментами управления технологическими процессами в сфере туризма, изучение не менее двух иностранных языков на уровнях Upper-intermediate (B2) и Pre-intermediate (A2/B1);

- совершенствование системы дополнительного образования руководящих работников и специалистов органов государственного управления и организаций сферы туризма: обновление содержания учебно-программной документации образовательной программы переподготовки по соответствующим специальностям, формирование программ повышения квалификации с учетом целевых групп обучающихся с привлечением профессионалов-практиков, проведение ими не менее 50% занятий по программе повышения квалификации. Особая роль в этом процессе отводится общественным объединениям.

## **5.6 Инвестиционная привлекательность**



Важная роль в достижении стратегических целей развития туризма принадлежит механизмам развития предпринимательства и стимулирования инвестиционной и деловой активности. В Беларуси сформирован ряд административных и экономических мер, направленных на развитие внутреннего и въездного туризма и инфраструктуры. В частности, в настоящее время предусмотрены налоговые преференции: освобождение от налога на добавленную стоимость оборотов по реализации туристических услуг, оказываемых в пределах Республики Беларусь, налоговые льготы для резидентов туристско-рекреационного парка «Августовский канал», особый режим налогообложения для сельскохозяйственных организаций и физических лиц, оказывающих услуги в сфере агроэкотуризма, налоговые льготы для вновь создаваемых объектов придорожного сервиса, освобождение от ряда налогов на период до 2022 г. в торговле, общественном питании и оказании бытовых услуг на территории сельской местности и малых городских поселений, возможность льготного кредитования для строительства и (или) реконструкции объектов придорожного сервиса и инженерной инфраструктуры к ним, субъектов агроэкотуризма, возможность использования особых режимов налогообложения для субъектов малого и среднего бизнеса, меры по стимулированию реинвестирования прибыли.

В то же время, не все меры носят адресный характер и учитывают современные тенденции. Основными задачами является поддержка развития преимущественных видов и форм туризма, объектов инфраструктуры, туристско-рекреационных парков, центров туризма с учетом приоритетности развития территорий и вовлечение в этот процесс всех заинтересованных сторон. Для стимулирования спроса на внутренний туризм будут внедрены в практику:

механизм поэтапного применения налогового вычета по подоходному налогу граждан ко всем видам услуг, оказанным организациями туристической индустрии, при совершении туристических поездок внутри страны по утвержденному перечню;

новые подходы налогообложения, обеспечивающие смещение налогов с базовых на мотивационные;

механизмы финансирования инфраструктурных проектов в туристско-рекреационных парках и центрах туризма станут на принципах государственно-частного партнерства в инвестировании объектов туристической инфраструктуры при сохранении финансирования государства в развитие инженерно-транспортной и социальной инфраструктуры, подготовку кадров, продвижение национальных и региональных брендов.

### **5.7 Увеличение спроса на туристический продукт (продвижение туризма, реклама и деятельность туристических информационных центров)**

Одним из важнейших направлений деятельности по увеличению потока въездного и внутреннего туризма является развитие комплексной системы маркетингового продвижения национального туристического продукта внутри страны и на зарубежных рынках. Основным результатом направлений маркетинговой деятельности является повышение информированности иностранных граждан о возможностях и преимуществах белорусского национального туристического продукта, формирование у них представления о Республике Беларусь, как стране благоприятной для туризма.

Первостепенное значение для развития спроса на туристический продукт имеет увеличение до средневропейского уровня ежегодного бюджета Национального агентства по туризму, рассматриваемого в качестве основного органа маркетингового продвижения национального туристического продукта.

Для успешного продвижения национального туристического продукта Республики Беларусь за рубежом необходимо осуществить комплексное изучение специфики целевых рынков, включая потребительские предпочтения, культурные особенности целевой аудитории, а также уровень информированности жителей иностранных государств о Республике Беларусь, степень ее восприятия, стереотипы, потребительский опыт. Изучение этих и других особенностей, позволяющих определить наиболее эффективные каналы коммуникации, а также создать успешный рекламный продукт, требует проведения регулярных маркетинговых исследований.

Другими мерами, предлагаемыми к практической реализации маркетинговой политики, являются:

- разработка и продвижение национального туристического бренда Республики Беларусь;

- проведение информационных туров для иностранных представителей СМИ, туристического бизнеса, общественных организаций, блогеров, известных в мировом масштабе деятелей культуры и спорта;

- регулярное обеспечение дипломатических и консульских учреждений Республики Беларусь за рубежом информационными и мультимедийными материалами о туристической привлекательности Республики Беларусь;

завоевание новых сегментов туристического международного рынка через создание сети информационных офисов, партнёров и представительств за рубежом;

проведение масштабных рекламных кампаний в странах, определенных в качестве целевых рынков;

создание информационных банков данных туристических мест размещения, предприятий туристической индустрии, туров и маршрутов по стране;

продвижение национального туристического продукта в глобальной сети Интернет путем создания и распространения качественного информационного контента о туристических возможностях страны с использованием социальных сетей, видеохостингов;

модернизация и функциональное развитие национального туристического портала;

создание сети национальных туристических офисов Республики Беларусь на территории стран, определенных в качестве целевых рынков;

организация крупных международных встреч и форумов с целью обмена опытом профессионалов туристического бизнеса различных стран и установление рабочих контактов;

проведение мероприятий за рубежом, направленных на презентацию туристического потенциала Республики Беларусь, а также тем, связанных с историей и культурой белорусского народа;

содействие становлению и развитию территориальных общественных структур (региональные организации туристического маркетинга), консолидирующих производителей туристического ресурса региона и направленных на привлечение туристов в регионы и стимулирование спроса на внутренний туризм.

Значительную роль в системе маркетингового продвижения может оказать заключение соглашений с иностранными и отечественными туристическими операторами о совместной реализации национального туристического продукта Республики Беларусь. Для белорусских туристических операторов должны быть разработаны дополнительные стимулирующие меры поддержки в случае реализации подобных соглашений.

## **5.8 Развитие туристического бренда страны и брендов туристических территорий (повышение узнаваемости туристического продукта)**

Формирование и развитие современного туристического бренда Республики Беларусь является одним из важнейших стратегических

направлений продвижения национальной дестинации на рынках въездного и внутреннего туризма. Развитие национального туристического бренда способно наделить страну значимым конкурентным преимуществом на рынке международного туризма, обеспечивая коммуникации с потребителями национального туристического продукта на основе маркетинговой концепции уникального торгового предложения.

Основу туристического бренда Республики Беларусь составляют аутентичные культурные, исторические, природные и социально-политические факторы, соответствующие глобальным гуманитарным интересам общества в сохранении мира, создании устойчивой экологической среды, поддержании гармоничных межкультурных коммуникаций, уважении этнокультурных и общечеловеческих ценностей. Активизации этих факторов для развития национального туристического бренда в наибольшей степени благоприятствуют миролюбивая внешняя политика и приверженность государства социально-ориентированной рыночной экономике, в результате которых формируется имидж Республики Беларусь как миролюбивой и безопасной страны, строящей справедливое общество.

Основываясь на имеющихся благоприятных предпосылках, развитие туристического бренда Республики Беларусь должно воплощаться на совмещении концепций гостеприимства и диалога культур. На их основе будут реализованы программы практического маркетинга национального туристического продукта, которые позволят последовательно выстроить узнаваемый на мировой арене привлекательный туристический образ Республики Беларусь. В целях построения туристического бренда Республики Беларусь должны быть реализованы следующие мероприятия:

- создание, тестирование и интеграция достаточного спектра коммуникационных каналов брендинговой кампании, прежде всего медийных и цифровых;

- разработка национального туристического брендбука на основе существующих узнаваемых атрибутов, его внедрение в сферу туризма и обеспечение долгосрочного присутствия элементов фирменного стиля во всех каналах продвижения национального туристического продукта;

- разработка нормативного правового документа, регламентирующего эпизоды обязательного, рекомендуемого и поощрительного использования элементов фирменного стиля туристического бренда субъектами сферы туризма;

- разработка и реализация маркетинговых стратегий фокусирования на внешних рынках, включающих разработку релевантных брендовых

продуктов, их рекламно-информационную поддержку и обеспечение высокого качества;

внедрение системы брендинга объектов инфраструктуры и аутентичных товаров региональных дестинаций в фирменном стиле национального туристического брендбука.

### **5.9 Совершенствование визового режима**

Упрощение визовых формальностей для граждан иностранных государств повышает конкурентоспособность национального туристического продукта на внешних туристических рынках, что требует осуществления целенаправленной работы по либерализации визового режима для граждан иностранных государств, безопасных в миграционном отношении и обладающих значительным потенциалом для инвестиционного сотрудничества. Указами Президента Республики Беларусь от 9 января 2017 г. № 8 «Об установлении безвизового порядка въезда и выезда иностранных граждан» и от 7 августа 2019 г. № 300 «Об установлении безвизового порядка въезда и выезда иностранных граждан» заложена нормативная основа для безвизового посещения Республики Беларусь через национальный аэропорт на срок до 30 суток, а также определены условия для посещения безвизовой зоны части районов Брестской и Гродненской областей. Срок нахождения иностранных граждан на территории Республики Беларусь без регистрации в государственных органах составляет 10 суток (с июня 2020 года), при этом существует возможность электронной регистрации, осуществляемой дистанционно.

Наиболее перспективными мерами на пути либерализации визового режима являются:

продление до 30 дней срока, в течение которого иностранные граждане могут находиться без регистрации на территории Республики Беларусь (по примеру граждан Литвы и Латвии);

введение электронной визы, что позволит значительно упростить порядок получения виз Республики Беларусь иностранными гражданами;

поэтапное увеличение числа районов, доступных для безвизового посещения иностранными гражданами, осуществившими въезд на территорию Республики Беларусь через наземные пункты пропуска;

осуществление работы по информированию иностранных граждан об условиях для въезда и пребывания на территории Республики Беларусь;

введение безвизового передвижения иностранных граждан через наземные пункты пропуска.

Успешный опыт использования действующей с 2009 года системы авторизации въезда в США (ESTA), а также планируемое введение в 2021 году Системы авторизации въезда в Европу (ETIAS), позволяет говорить о возможности разработки аналогичной технологии в Республике Беларусь. Системы авторизации въезда действуют по заявительному принципу, не требуют участия оператора в процессе принятия решений и используются в отношении граждан только тех стран, с которыми действует безвизовый режим. Принцип функционирования подобных программ заключается в заблаговременном получении от иностранных граждан информации о предстоящем визите. Сбор информации осуществляется посредством электронной анкеты в глобальной сети Интернет либо при регистрации на авиарейс. В отличие от визы, система авторизации въезда исключает консульское участие – системы администрируются органами миграционного контроля совместно с органами общественной, транспортной и национальной безопасности.

С учетом действующих в Республике Беларусь безвизовых режимов въезда, внедрение в отечественной практике системы авторизации путешествий может оказаться действенным инструментом миграционного контроля и позволит снять существующие ограничения для иностранных граждан при организации путешествий.

#### **5.10 Повышение уровня доступности туристического продукта (на внутреннем и международных рынках)**

Доступность туристического продукта является основой построения экономически эффективной национальной системы туризма. Вместе с тем обеспечение доступности туристического продукта соответствует социальной функции туризма и нацелено на улучшение качества жизни населения в познавательном, оздоровительном и воспитательном аспектах. Повышение уровня доступности туристического продукта содействует развитию внутреннего туризма за счет расширения участия в туристических поездках всех категорий граждан.

Основными стратегическими направлениями повышения доступности туристического продукта являются:

разработка мер субсидирования туристических поездок граждан Республики Беларусь (в том числе по маршрутам патриотической и экологической тематики и промышленных экскурсий для школьных групп, а также лиц, находящихся под опекой органов социального обеспечения);

частичное возмещение затрат организациям независимо от формы собственности, организующих для сотрудников экскурсионные туры по маршрутам внутреннего туризма;

проведение мониторинга потребностей лиц с ограниченными возможностями на объектах туристической инфраструктуры, поддержка создания доступных туристических продуктов;

создание адаптивной инфраструктуры и доступной среды на имеющихся объектах туристической индустрии, внедрение принципов и решений универсального дизайна на строящихся, реконструируемых и вводимых в эксплуатацию объектах туристической индустрии в соответствии с международными обязательствами и социальными госпрограммами Республики Беларусь;

следование Рекомендациям по доступному туризму принятым на основании резолюции A/RES/637(XX) Генеральной Ассамблеи ЮНВТО в августе 2013 г. и присоединение городов и организаций Республики Беларусь к Глобальной сети городов и сообществ с благоприятными условиями для пожилых людей (GNAFCC);

расширение сферы действия национальной системы возврата НДС Tax Free с целью повышения доступности белорусских товаров и стимулирования их потребления иностранными туристами;

создание системы англоязычной туристической навигации в стране, включая онлайн сервисы и физические носители информации (указатели, названия объектов туристической индустрии).

### **5.11 Совершенствование нормативного правового регулирования в сфере туризма (системные меры поддержки)**

Нормативное правовое регулирование сферы туризма затрагивает различные отрасли в силу разнообразия туристических услуг, а также иных факторов и требует реализации мер, направленных на развитие существующей законодательной базы, исходя из актуальных тенденций развития туризма.

К основным направлениям совершенствования нормативно-правового регулирования относятся:

дальнейшее изучение и учет передового международного опыта при совершенствовании нормативного правового регулирования сферы туризма;

внесение изменений в Закон Республики Беларусь «О туризме» с учетом актуальной политической и экономической ситуации, изменений мировых тенденций в сфере туризма, а также иных факторов, влияющих на развитие внутреннего и въездного туризма;

совершенствование системы регулирования туроператорской и турагентской деятельности, разграничение ответственности субъектов туристической индустрии, устранение дисбаланса в правоотношениях субъектов туристической индустрии, совершенствование классификации субъектов туристической индустрии;

усиление механизмов защиты прав потребителей туристических услуг, введение институтов обеспечения финансовой ответственности туроператоров;

повышение ответственности туроператоров и турагентов за нарушение законодательства в сфере туризма, неисполнение или некачественное исполнение обязательств по договору оказания туристических услуг;

корректировка норм в части порядка формирования и ведения реестра субъектов туристической деятельности (придание ему обязательного характера, повышение его информативности);

разработка мер, направленных на поддержку субъектов туристической деятельности, оказывающих преимущественно услуги внутреннего и въездного туризма;

разработка нормативного правового акта, регламентирующего порядок получения средств для социального туризма, а также определения категорий граждан, имеющих права на получения средств, предусмотренных на данные социальные нужды;

совершенствование системы аттестации экскурсоводов и гидов-переводчиков, а также усиление контроля над их работой с целью повышения качества обслуживания туристов, разработка мер ответственности за осуществление экскурсоводческой деятельности без разрешительных документов;

расширение кадрового и функционального потенциала Министерства спорта и туризма, в том числе путем закрепления за ведомством задач государственного контроля (надзора) за соблюдением законодательства о туризме;

содействие внедрению информационных технологий в сферу туризма, в том числе путем введения норм об использовании субъектами туристической деятельности национальной системы электронных путевок;

разработка мер по развитию отдельных видов и форм туризма;

подготовка предложений по охране и повышению эффективности использования туристических ресурсов;

подготовка предложений по развитию туристической инфраструктуры.



### **5.12 Актуализация цифровых технологий в сфере туризма**

Для современного туризма характерно повсеместное внедрение инновационных информационных технологий в различных сферах деятельности субъектов туристической индустрии. Цифровизация сферы туризма оказывает существенное влияние на ценообразование туристического продукта, создает дополнительные возможности его продвижения на внутреннем и международном рынках, содействует развитию конкуренции, а также улучшению качества предоставления туристических услуг.

Основными направлениями дальнейшего формирования интегрированной цифровой среды развития туристической индустрии являются:

- содействие активному внедрению электронного документооборота в сфере туризма;

- развитие системы применения современных инструментов продвижения дестинаций, основанных на использовании передовых информационных технологий;

- внедрение в туристические маршруты, а также на объектах культурно-познавательного и экологического туризма технологий дополненной и виртуальной реальности, визуализации, разработка виртуальных экскурсий;

- создание мультязычных информационных сервисов для иностранных туристов, с целью оказания помощи при выборе объектов туристического показа и инфраструктуры, составлении туристических маршрутов с учетом пожеланий и предпочтений пользователя;

- разработка интегрированной информационной платформы, содержащей полную и достоверную информацию о субъектах и объектах туристической индустрии;

- содействие внедрению биометрических паспортов, ID-карт, электронных виз, позволяющих проходить авторизацию путешествий на базе цифровой платформы;

- установка QR-кодов на объектах культурно-познавательного и экологического туризма, а также разработка информационных сервисов с аудиогuidaми для их использования;

- развитие национального туристического портала в направлении увеличения его функциональности.

### **5.13 Усовершенствование комплексного обеспечения системы безопасности в сфере туризма**

Одним из важнейших направлений, обеспечивающих устойчивый рост развития туризма, является обеспечение безопасности. На сегодняшний день Республика Беларусь на международном уровне признана страной с низким уровнем преступности, аварийности на дорогах, а также с благоприятной экологической обстановкой.

Дальнейшие меры по обеспечению безопасности туристической деятельности связаны с:

- системным проведением мониторинга актуальной ситуации в сфере безопасности в туризме;

- разработкой общих требований безопасности при перевозке детских групп и оказании им экскурсионных услуг;

- обеспечением безопасности туристов при пользовании объектами туристской и транспортной инфраструктуры, включая их адаптацию для использования людьми с ограниченными возможностями, а также усилением надзора за соблюдением правил дорожного движения пассажирскими автоперевозчиками;

- оборудованием системами видеонаблюдения мест массового скопления туристов;

- увеличением при необходимости численности сотрудников правоохранительных органов на территории основных центров туристического движения;

- принятием мер по повышению навыков обеспечения безопасности и оказания первой медицинской помощи для лиц, сопровождающих туристические группы.

#### **5.14 Совершенствование системы мониторинга развития сферы туризма**

Статистика туризма является важнейшим источником аналитической информации и инструментом функциональной диагностики, которые необходимы для проведения эффективной политики и усиления деловой активности в сфере туризма.

Разработка официальной статистической методологии по статистике туризма для формирования соответствующей официальной статистической информации осуществляется в соответствии с международными стандартами в области статистики. Республика Беларусь осуществила построение Вспомогательного счета туризма Республики Беларусь в соответствии с международными рекомендациями «Вспомогательный счет туризма: рекомендуемая методологическая основа, 2008», что позволило оценить прямой вклад сферы туризма в ВВП страны. Собирабельная группировка по видам экономической деятельности «Сфера туризма (виды экономической деятельности,

характерные для туризма)» позволила разработать Классификацию продуктов, отраслей туризма и других отраслей экономики в сфере туризма Республики Беларусь, которая является основополагающим инструментом для определения связанного со сферой туризма спроса на конкретные товары и услуги и сопоставления этого спроса с предложением.

Построение Вспомогательного счета туризма Республики Беларусь на регулярной основе с периодичностью один раз в два года позволяет выявить экономические возможности сферы туризма, изучить структурные сдвиги между спросом и предложением туристических продуктов, оценить влияние туризма на валовой внутренний продукт, а также на показатели занятости, и в целом повысить экономическую эффективность принимаемых управленческих решений в сфере туризма.

Сфера туризма, как многогранное явление, может быть измерена не только статистическими методами и требует проведения специальных обследований, позволяющих оценить ее качественные и количественные показатели в более полном объеме. Совершенствование системы этих показателей требует решения следующих задач:

- по дальнейшей актуализации организационных подходов по проведению специальных мониторингов въездного и внутреннего туризма на объектах транспортной инфраструктуры, в гостиницах и аналогичных средствах размещения;

- по организации специальных мониторингов въездного и внутреннего туризма на объектах туристической индустрии, а также во время спортивных, спортивно-массовых и культурных мероприятий;

- по совершенствованию организации и проведения специальных мониторингов автомобильного транспорта, въезжающего на территорию Республики Беларусь из Российской Федерации.

- по расширению информационной базы для построения Вспомогательного счета туризма путем координации действий всех заинтересованных в данной сфере;

- по укреплению межведомственного обмена данными и развитию международного сотрудничества в области статистики туризма.

## **VI. Оценка рисков и пути их преодоления**

### **6.1 Анализ прогноза целевого развития туризма в Республике Беларусь**

В период 2012-2018 гг. основные показатели развития сферы туризма Республики Беларусь были чрезвычайно высокими. Это связано как с проводимой политикой, мерами, способствующими повышению интереса к стране, ее туристическим возможностям, так и с увеличением

инвестиционной привлекательности отдельных видов деятельности сферы туризма. Результатом стало увеличение количества субъектов, осуществляющих различную деятельность в сфере туризма, занятых в них лиц и результатов их деятельности и, в конечном итоге, ускоренный рост участия сферы туризма в создании валового внутреннего продукта (ВВП сферы туризма в 2014-2016 гг. рос в 1,3 раза быстрее, чем ВВП экономики в целом).

Это создает возможности для дальнейшего поступательного развития всех видов деятельности сферы туризма и достижения высоких результатов. В то же время, в связи с отрицательным проявлением эффекта масштаба деятельности будет происходить замедление ряда показателей, предусмотренных Стратегией. В частности, проведенные прогнозные расчеты показали, что при сохранении сложившихся тенденций к концу первого прогнозного периода (2021-2025 гг.) может произойти значительное увеличение ряда показателей по сравнению с 2018 года: численности туристов и экскурсантов, въехавших в Республику Беларусь и числа их поездок – на 46,9%, численности организованных туристов и экскурсантов, отправленных по маршрутам тура в пределах территории страны – на 38,8%, числа организаций, осуществляющих туристическую деятельность на 32,9%.

В то же время, численность лиц, размещенных в коллективных и индивидуальных средствах размещения при сохранении в прогнозе сложившейся тенденции в 2025 г. возрастет всего на 5,7%, а число самих коллективных средств размещения на 14,6%, что может вызвать дальнейшее снижение эффективности их использования. В целях недопущения данной ситуации в прогнозе предусмотрено одновременно недопущение экстенсивного роста числа средств размещения и повышение качества их работы с ориентацией на актуальные тенденции спроса.

Как результат объем экспорта возрастет на 3,3%, импорт снизится на 4,6% (т.е. сохранится тенденция к достижению положительного внешнеторгового сальдо в сфере туризма), а доля трудоспособного населения, занятого в туризме, может составить 6,1%. Это потребует значительной инвестиционной активности и привлечения средств из различных источников, включая бюджетное финансирование.

Учитывая различные риски, оказывающие воздействие на возможность достижения показателей Стратегии, в качестве окончательных приняты более вероятные показатели, уменьшенные по сравнению с рассчитанными исходя из имевшей место тенденции.

В остальных периодах (2026-2030 гг. и 2031-2035 гг.) ожидается дальнейшее замедление темпов роста показателей в связи с «повышением старта». Так, проведенные расчеты прогноза по ряду указанных выше показателей, свидетельствуют о замедлении темпов роста за 2026-2030 гг. по сравнению с темпом роста за 2021-2025 гг. в среднем на 10 процентных пунктов. Тем не менее, прогнозные показатели являются весьма амбициозными для сферы туризма Республики Беларусь и требуют ряда принципиальных мер по созданию дальнейших условий для открытости страны, мотивации как въездного, так и особенно внутреннего туризма, стимулирования инвестиционной и инновационной активности субъектов сферы туризма.

## **6.2 Риски реализации Стратегии**

Реализация Национальной стратегии развития туризма Республики Беларусь сопряжена с рисками, которые могут препятствовать достижению запланированных результатов. Риски могут возникать вследствие внешних и внутренних угроз и факторов в следующих областях: геополитики и международных отношений, макроэкономики и финансов, окружающей среды, администрирования и управления, инновационной деятельности и научно-технического прогресса.

Среди внешних факторов риска особое место занимают геополитические (усложнение политической ситуации в регионе, политической стабильности и ухудшение политического имиджа страны, что может привести к снижению туристических потоков) и внешнеэкономические (разрыв экономических связей с основными партнерами, усиление конкуренции на мировых туристических рынках, ухудшение макроэкономического равновесия и пр.).

Существенными внутренними факторами могут стать, в первую очередь, снижение покупательной способности граждан Республики Беларусь и отказ от путешествий по стране; изменение законодательства в сторону снижения мер по стимулированию инвестиционной и предпринимательской активности в сфере туризма; недостаток финансовых ресурсов для осуществления запланированных мер; устаревание туристических продуктов, способов их продвижения и высокая стоимость ввиду недостаточной распространенности инновационных технологий в сфере туризма; отсутствие реальных результатов в повышении качества обслуживания в гостеприимстве; недостаточная квалификация кадров и др.

Особо следует отметить риски, связанные с неблагоприятными изменениями окружающей среды, особенно для особо охраняемых

территорий и курортных зон. Снижению этой группы рисков способствует включение в направления Стратегии инструментов по развитию системы эколого-экономической безопасности природных территорий.

В качестве преимущественного инструмента для управления рисками при реализации Стратегии следует рассматривать анализ, контроль (для внешних), а также дополнительно разработку мер по снижению частоты наступления и тяжести последствий риска.

В частности, для предупреждения всех групп рисков в Стратегии приведен анализ развития туризма в мире, выявлены позитивные и негативные для отечественного туризма тенденции, которые учтены при разработке цели, задач и основных направлений Стратегии.

В качестве инструмента предупреждения макроэкономических и экологических рисков при разработке настоящей Стратегии учтены положения Концепции Национальной стратегии устойчивого развития Республики Беларусь до 2035 года, произведена гармонизация целей, задач, ключевых точек роста.

Снижение вероятности возникновения финансовых рисков достигается использованием механизма государственно-частного партнерства, сочетанием бюджетного и внебюджетного финансирования, а также принципа сохранения налоговых поступлений при применении мер налогового стимулирования (за счет изменения структуры налогов в сторону адресных туристических налогов и их целевого контролируемого использования).

В значительной степени управлению рисками при реализации стратегии будет способствовать грамотное администрирование и управление ее реализацией. Отсутствие координации между органами управления разного уровня, поддержки со стороны органов государственного управления смежных отраслей и сфер деятельности (транспорт, строительство, жилищно-коммунальное хозяйство, связь и телекоммуникации, культура, охрана окружающей среды, здравоохранение, образование, социальное обеспечение), формирующих сферу туризма, могут привести к невыполнению цели и задач Стратегии.

В этой связи административный риск следует рассматривать как самостоятельный вид риска и снижение вероятности его наступления связано, в первую очередь, с созданием органа управления, наделенного полномочиями координации усилий всех заинтересованных. Данный орган управления будет осуществлять мониторинг и оценку эффективности реализации Стратегии, что позволит произвести своевременную корректировку мероприятий, финансовых потоков путем разработки краткосрочных программ и планов реализации Стратегии.

Приложение  
к Национальной стратегии  
развития туризма в Республике  
Беларусь до 2035 года

**Целевые показатели реализации Национальной стратегии развития  
туризма в Республике Беларусь на период до 2035 года**

№	Индикатор	2025 год	2030 год	2035 год
<b>Конкурентоспособность</b>				
1	Доля Республики Беларусь в мировых туристических доходах (по методике Всемирного совета по путешествиям и туризму), %	0,06	0,08	0,10
2	Представленность Республики Беларусь в числе 100 дестинаций устойчивого туризма мира, присутствие	-	присутствие в топ-100	присутствие в топ-100
3	Место Республики Беларусь в мировом рейтинге по индексу конкурентоспособности в сфере путешествий и туризма (Travel&TourismCompetitivenessIndex), ранг	-	не ниже 60 места	не ниже 50 места
<b>Туристическое движение</b>				
4	Численность организованных экскурсантов – граждан Республики Беларусь, направленных в туры в пределах Республики Беларусь, млн. чел.	1,2	1,6	2,0
5	Численность граждан Республики Беларусь, размещенных в коллективных и индивидуальных средствах размещения, млн. чел.	2,5	3,0	3,5
6	Доля посетителей из стран ОЭСР в структуре въездного туризма, %	25	32	40
<b>Экономическое влияние</b>				
7	Доходы от международного туризма, млрд. долл. США	2,0	2,5	3,0
8	Доля сферы туризма в ВВП, %	2,5	2,8	3,1
9	Доля занятых в сфере туризма в общей численности занятых в экономике, %	6	7	8

10	Доходы от одного иностранного туриста, долл. США	180	230	250
<b>Инфраструктура</b>				
11	Единовременная вместимость коллективных средств размещения, мест на 1000 населения	9,5	9,75	10
12	Специальные туристско-рекреационные парки, количество	3	6	9
13	Туристические информационные центры в центрах туризма международного, национального и регионального значения, количество	60	70	80
14	Консолидированный электронный агрегатор бронирования и онлайн продаж транспортных услуг, количество	-	1	2
15	Виртуальные туристическо-информационные онлайн-сервисы, количество	50	75	100
16	Инфраструктурные решения, обеспечивающие полные циклы услуг доступного туризма, %	40	55	65
17	Оборудованные кемперные стоянки	5	10	15