

УДК 338.48

**ОСНОВНЫЕ ТУРИСТИЧЕСКИЕ СЕГМЕНТЫ И НАПРАВЛЕНИЯ
ИХ РАЗВИТИЯ В РЕСПУБЛИКЕ БЕЛАРУСЬ**

Помаз Ирина Владимировна, к.э.н., доцент

Гомельский государственный университет им. Ф.Скорины

Pomaz Irina Vladimirovna, PhD, Associate Professor, irina.pomaz@rambler.ru

Gomel State University named after F. Skorina Gomel State University named after F. Skorina

Аннотация. В статье рассмотрены основные туристические сегменты Республики Беларусь, представлены направления развития туристической деятельности, в числе которых выделены маркетинговые приоритеты развития туристических организаций.

Ключевые слова: туризм, сегмент, факторы, стратегия, развитие, маркетинг.

В Республике Беларусь туризм признан приоритетным направлением социально-экономического развития страны. Факторами, способствующими развитию туризма в Беларуси, являются следующие:

- удобное географическое расположение Республики Беларусь;
- наличие трансъевропейских транспортных магистралей и инфраструктуры;
- обеспечение развитой туристической инфраструктуры во всех регионах страны;
- реализация национальных программ по развитию туристического бизнеса регионов и страны в целом;
- богатое историко-культурное наследие страны;
- сохранение естественной природной среды, наличие богатой флоры и фауны;
- активное развитие агроэкотуризма;
- обеспеченная система санаторно-курортного лечения и здравоохранения в целом;
- принятие безвизового режима, упраздняющего порядок въезда, пребывания и регистрации иностранных граждан из более 70 стран мира;
- позиционирование Беларуси на мировой арене как спортивной страны с развитой спортивной инфраструктурой и активно содействующей проведению спортивных мероприятий и др.

По официальным данным Национального статистического комитета Республики Беларусь, вклад туристического сектора в ВВП Республики Беларусь в 2022 г. составил 1,9%, отметив рост по отношению в 2020 г. на 0,5%.

По состоянию на 2024 г. туристический рынок Беларуси представлен 1108 организациями. В целом, туристическая отрасль наращивает свой потенциал после эпидемиологического 2020 г. Так, численность организованных иностранных туристов выросла и составила в 2024 г. 366,7 тыс. человек. За 2024 г. в сфере туризма было занято 228,2 тыс. человек, что составило 5,5% от общей численности занятых в экономике страны (рисунок 1) [1, с. 7].

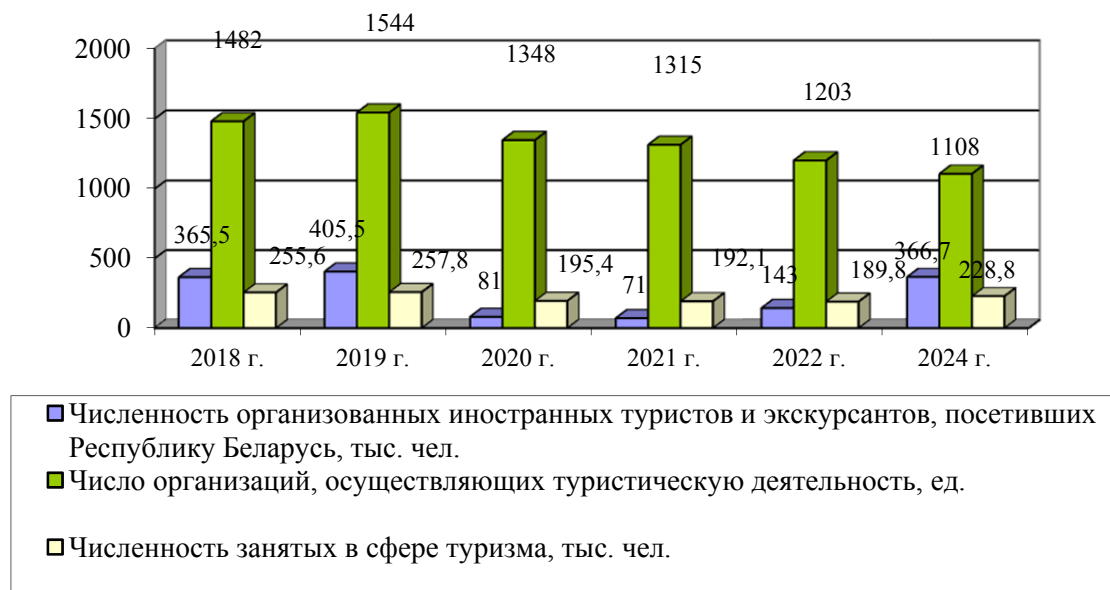


Рисунок 1. – Количественные показатели деятельности компаний в туристической отрасли Республики Беларусь за 2018-2024 гг.

Весьма популярным становится внутренний туризм. Развитие внутреннего туризма наблюдается во всех регионах Беларуси, постоянно разрабатываются новые туристические направления. Как следствие, за 2024 г. поток внутренних туристов составил 1726,5 тыс. человек (63,7%) [1, с. 7]. Вместе с тем, снятие «ковидных» ограничений, действие безвизового режима и развитие новых зарубежных туристических маршрутов привело к снижению потока внутренних туристов на 12% и росту сегмента выездного туризма на 5,6%. В 2024 г. сегмент выездного туризма составил 22,8%. Сегмент въездного туризма за 2022-2024 гг. вырос на 6,4% (рисунок 2).

2024 г.

2022 г.

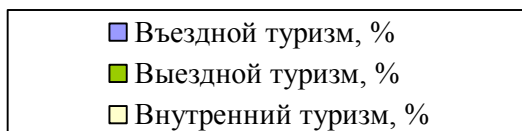
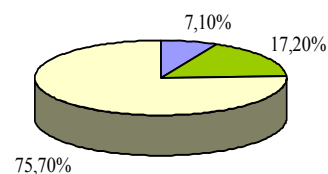
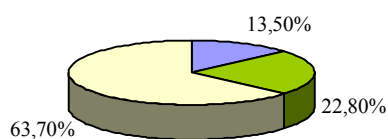


Рисунок 2. – Сегменты организованных туристических потоков в 2022 г., 2024 г.

Услуги агроэкотуризма в 2024 г. оказывались 1408 субъектами, посещение которых осуществили 427,6 тыс. туристов. Доля иностранных туристов составила всего 3,3% [1, с. 28].

Активизации въездного и внутреннего туризма Беларуси возможна только при реализации мер государственной поддержки данных сегментов. Недостаточный уровень финансирования туристической сферы не позволяет проводить активную маркетинговую политику и информационно-рекламную деятельность по продвижению туристического потенциала Беларуси за рубежом. Как следствие, большинство туристических компаний в настоящее время ориентированы на более прибыльный выездной туризм.

В настоящее время в Республике Беларусь активно развиваются следующие туристические сегменты:

– историко-культурный туризм. В стране сохранены памятники искусства, архитектуры и археологии, историко-культурные ценности, музейные комплексы. Такие объекты, как «Замковый комплекс «Мир», «Геодезическая дуга «Струве», «Дворцово-парковый комплекс Радзивиллов в Несвиже», «Беловежская пуща», включены в список всемирного наследия ЮНЕСКО. Поддерживается деятельность народных умельцев, ремесленников в сфере кузнечного дела, ткачества, соломоплетения, гончарного дела и др. Наиболее известным среди туристов является «Музейный комплекс старинных народных ремесел и технологий «Дудуткі»;

– природный туризм. Сохранены уникальные природно-климатические ресурсы: реки, озера, леса, болота, естественные ландшафтные тропы, заповедники («Березинский биосферный заповедник»), национальные парки («Беловежская пуща», «Нарочанский», «Браславские озера», «Припятский»);

– военно-исторический туризм. Дороги победителей увековечены памятниками войны и артефактами подвигов боевой славы белорусов (мемориальные комплексы «Брестская крепость – герой», «Курган славы», «Хатынь», «Тростенец», историко-культурный комплекс «Линия Сталина» и др.);

– агроэкотуризм. Созданы комфортные условия для проживания гостей и знакомства с сельским укладом, живописными уголками Беларуси почти в 3 тыс. агроусадьбах,

– лечебно-оздоровительный и медицинский туризм. Туристы высоко ценят качество белорусской медицины. В настоящее время в республике функционирует 478 санаторно-курортных и оздоровительных организаций;

– событийный туризм. Ивент-рынок Беларуси представлен как мероприятиями в культурной жизни («Славянский базар в Витебске», «Сожскі карагод» в Гомеле, международный фестиваль фейерверков, пробег ретро-автомобилей и мотоциклов и др.), так и в спортивной среде (международные соревнования, спортивно-массовые мероприятия (Рождественский международный турнир любителей хоккея на приз Президента Республики Беларусь, Чемпионат Беларуси по парусному спорту, Минский беговой полумарафон и др.);

– охотничий туризм. Страна располагает богатыми природными условиями и биоразнообразием для организации охотничьего туризма. Охотхозяйственная деятельность осуществляется во всех регионах республики [2, с. 15].

Согласно «Национальной стратегии развития туризма в Республике Беларусь до 2035 года» стратегической целью развития отечественного туризма следует назвать увеличение доли республики в мировых туристических доходах до 0,1%, вхождение в число 100 стран устойчивого развития туризма и 50 стран с высоким показателем индекса конкурентоспособности в сфере путешествий и туризма, доведение ежегодного объема экспорта туристических услуг и пассажирских перевозок до 3 млрд. долларов США [3].

Для поступательного развития белорусского туризма в настоящее время разработан национальный интернет-портал отечественного туристического сектора VETLIVA, который предлагает клиентам обширный каталог туристических продуктов и услуг и предоставляет услуги онлайн-бронирования.

Предстоит дальнейшая цифровизация туристической отрасли, которая позволит создать новые туристические продукты и услуги, сделать актуальным их предложение, быстро реагировать на мировые тренды в туристической индустрии, улучшать качество и повышать конкурентоспособность туристических продуктов, повышать объем их продаж.

Для успешной конкуренции на туристическом рынке и прорывного развития отечественного туризма следует стимулировать туристическое потребление и повышать инвестиционную привлекательность отрасли.

Предстоит развивать государственно-частное партнерство при финансировании инфраструктурных проектов в туристических зонах и центрах.

Целенаправленная маркетинговая деятельность становится неотъемлемым условием активизации процесса продаж туристических продуктов и стимулирования туристического потребления. Предстоит поэтапная работа по формированию привлекательного туристического имиджа страны и лояльного клиентурного рынка. В настоящий момент приложенные усилия уже позволили повысить интерес к туристической составляющей нашей страны и представлению ее на первых строках рейтингов мировых туристических средств массовой информации (The National Geographic Travel Awards, Best in Travel). В дальнейшем при продвижении туристических продуктов и услуг на рынок маркетинговыми доминантами должны стать предложение ценности туристического продукта, приносимая им польза/выгода, своевременное выявление заинтересованных целевых сегментов и создание для них уникального предложения.

В части уникального предложения следует акцент смещать на развитие внутреннего туризма, например, экологического, предусматривающего путешествия по охраняемым первозданным природным территориям, пешие прогулки по экологическим тропам и др.

Формирование интереса туристов к агроэкотуризму следует основывать на красоте белорусской природы, возможности прикоснуться к белорусским национальным традициям, дегустации старинных белорусских блюд, возможности охоты и рыбалки и др.

Набирают популярность комбинированные маршруты, сочетающие в себе как разные виды передвижения, так и посещение достопримечательностей, например, музеев, родовых поместий, памятников архитектуры и истории, уникальных природных территорий.

Пропаганда здорового образа жизни может явиться основой дальнейшего развития спортивного туризма, путем организации спортивных походов, посещения зрелищных спортивных мероприятий.

Учитывая сильное конкурентное давление на туристическом рынке, целесообразно развивать туристическую инфраструктуру путем создания туристических кластеров, то есть группы взаимодействующих организаций и структур, расположенных на определенной территории, которые совместно участвуют в формировании и реализации туристических продуктов и услуг, используя туристическо-рекреационный потенциал конкретной территории.

Список использованных источников

1. Туризм и туристические ресурсы в Республике Беларусь. – Статистический буклет. – Минск: Национальный статистический комитет Республики Беларусь, 2025. – 32 с.

2. Помаз, И.В. Развитие туристического потенциала Республики Беларусь / И.В. Помаз // НПЖ «Потребительская кооперация». – 2023. – №4 (83). – С. 8-17.

3. Национальная стратегия развития туризма в Республике Беларусь до 2035 года [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.belarustourism.by/news/НАЦИОНАЛЬНАЯ%20СТРАТЕГИЯ.pdf>. – Дата доступа: 15.04.2026.