

Государственное учреждение  
«Национальное агентство по туризму»

**ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ ТУРИЗМА  
В СОВРЕМЕННЫХ УСЛОВИЯХ:  
МИРОВЫЕ ТЕНДЕНЦИИ  
И РЕГИОНАЛЬНЫЕ КОНТЕКСТЫ**

Материалы III Международной  
научно-практической конференции  
Минск, 28 сентября 2023 г.

Минск  
«Колорград»  
2023

УДК [379.83/.84+796.5](082)

ББК 75.81я43

П27

Редакционная коллегия:

директор Департамента по туризму Министерства спорта и туризма Республики Беларусь, кандидат культурологии,  
доцент *Ирина Николаевна Воронович* (председатель);  
академик-секретарь отделения гуманитарных наук и искусств Национальной академии наук Беларуси, доктор исторических наук, профессор *Александр Александрович Коваленя*;  
директор Института истории Национальной академии наук Беларуси, кандидат исторических наук, доцент *Вадим Леонидович Лакиза*;  
директор Центра исследований белорусской культуры, языка и литературы Национальной академии наук Беларуси, доктор исторических наук, доктор архитектуры, профессор, академик *Александр Иванович Локотко*;  
проректор по научной работе учреждения образования «Белорусский государственный университет культуры и искусств», кандидат искусствоведения, доцент *Елена Евгеньевна Корсакова*;  
заведующий кафедрой международного туризма Белорусского государственного университета, доктор исторических наук *Леонид Михайлович Гайдукевич*;  
заведующий кафедрой экономики и управления туристической индустрией учреждения образования «Белорусский государственный экономический университет», кандидат экономических наук, доцент *Оксана Викторовна Ежель*;  
директор государственного учреждения «Национальное агентство по туризму», кандидат исторических наук *Дмитрий Викторович Морозов*;  
начальник отдела качества и учебно-аналитической работы государственного учреждения «Национальное агентство по туризму» *Анна Николаевна Воицинчук*

**Перспективы** развития туризма в современных условиях: мировые тенденции и региональные контексты : материалы III Междунар. науч.-практ. конф., Минск, 28 сент. 2023 г. / Национальное агентство по туризму ; редкол.: И. Н. Воронович (предс.) [и др.]. – Минск : Колорград, 2023. – 525 с.

ISBN 978-985-896-575-4.

В сборнике представлены материалы докладов участников конференции по вопросам развития международного и трансграничного туризма, внутреннего и въездного туризма в современных условиях, нормативно-правового регулирования туристической деятельности, использования потенциала историко-культурного наследия в туризме, подготовки кадров в сфере туризма, развития видов туризма и практик экскурсионной работы.

Материалы предназначены для представителей туристической сферы, преподавателей туристических дисциплин, аспирантов, магистрантов, студентов учреждений высшего образования, экскурсоводов, гидов-переводчиков и всех, кто интересуется вопросами развития туризма.

УДК [379.83/.84+796.5](082)

ББК 75.81я43

ISBN 978-985-896-575-4

© ГУ «Национальное агентство по туризму», 2023

© Оформление.  
ООО «Колорград», 2023

# СОДЕРЖАНИЕ

## ПОТЕНЦИАЛ ИСТОРИКО-КУЛЬТУРНОГО НАСЛЕДИЯ В ТУРИСТИЧЕСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

**А. П. Балинченко**

МУЗЕИ-ЗАПОВЕДНИКИ КАК ВАЖНЫЙ ЭЛЕМЕНТ  
РАЗВИТИЯ ТУРИСТИЧЕСКОЙ ИНДУСТРИИ  
РЕГИОНА. ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ АЛУПКИНСКОГО  
МУЗЕЯ-ЗАПОВЕДНИКА ..... 12

**Ван Мэньюань**

ИСТОРИОГРАФИЯ ИЗУЧЕНИЯ  
НЕМАТЕРИАЛЬНОГО НАСЛЕДИЯ ХЭЧЖЭ В КИТАЕ..... 22

**С. А. Верховская**

ПОПУЛЯРИЗАЦИЯ ОБЪЕКТОВ КУЛЬТУРНОГО  
НАСЛЕДИЯ. ОПЫТ АЛУПКИНСКОГО  
МУЗЕЯ-ЗАПОВЕДНИКА ..... 28

**Л. В. Комаровская**

ЭКСКУРСИОННАЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ  
НАЦИОНАЛЬНОЙ БИБЛИОТЕКИ БЕЛАРУСИ  
КАК ФАКТОР ПАТРИОТИЧЕСКОГО ВОСПИТАНИЯ  
ПОДРАСТАЮЩЕГО ПОКОЛЕНИЯ ..... 35

**Е. В. Кулагина, О. В. Лукина, И. Е. Карасев**

ЭКСКУРСИОННО-ПРОСВЕТИТЕЛЬСКИЙ  
ПРОЕКТ «ОМСКЛИТЕРАТУР»  
КАК ИНСТРУМЕНТ РАЗВИТИЯ РЕГИОНАЛЬНОГО  
КУЛЬТУРНОГО ТУРИЗМА ..... 41

**А. Ю. Лукашев, К. А. Мазурина, А. Е. Яротов**

СОЗДАНИЕ ЗЕЛЕНОГО МАРШРУТА  
ПО ЧАШНИКСКОМУ РАЙОНУ ПУТЕМ  
ОЦЕНКИ ЕГО ПРИРОДНОГО И ИСТОРИКО-  
КУЛЬТУРНОГО ПОТЕНЦИАЛА  
КАК ФАКТОРА РАЗВИТИЯ УСТОЙЧИВОГО  
ТУРИЗМА С ПРИМЕНЕНИЕМ  
ГИС-ТЕХНОЛОГИЙ ..... 48

<b>В. І. Мазалеўскі</b> ЭКСКУРСІЯ З ЭЛЕМЕНТАМІ ТЭАТРАЛІЗАЦЫІ І КВЕСТА «АДВАЖНАЕ ПАДАРОЖЖА МІКАЛАЯ ХРЫСТАФОРА РАДЗІВЛА СІРОТКІ» ЯК АДНА З ФОРМ ПАПУЛЯРЫЗАЦЫІ ГІСТОРЫКА-КУЛЬТУРНАЙ СПАДЧЫНЫ Ў ТУРЫСТЫЧНАЙ ДЗЕЙНАСЦІ .....	56
<b>Д. В. Морозов</b> ТУРИСТИЧЕСКИЙ ПОТЕНЦИАЛ ГОРОДИЩА НА МЕНКЕ .....	67
<b>И. В. Олюнина</b> ЭТНОКУЛЬТУРНОЕ НАСЛЕДИЕ Г. П. ИВЕНЕЦ (ПО МАТЕРИАЛАМ ЭТНОГРАФИЧЕСКОЙ ЭКСПЕДИЦИИ 2023 ГОДА СОТРУДНИКОВ И СТУДЕНТОВ ИСТОРИЧЕСКОГО ФАКУЛЬТЕТА БЕЛОРУССКОГО ГОСУДАРСТВЕННОГО УНИВЕРСИТЕТА).....	74
<b>А. П. Строкач</b> КИРПИЧНОЕ НАСЛЕДИЕ Г. БРЕСТА И ЕГО ТУРИСТИЧЕСКИЙ ПОТЕНЦИАЛ .....	80
<b>Д. В. Скварчэўскі</b> ГАРАДЗІШЧЫ: ПАТЭНЦЫЯЛ ПМНІКАЎ АРХЕАЛОГІІ Ў ТУРЫСТЫЧНАЙ ДЗЕЙНАСЦІ.....	94
<b>Д. У. Філіпчык</b> ПРЫМЯНЕННЕ НАВІГАЦЫЙНА-ІНФАРМАЦЫЙНЫХ СІСТЭМ ДЛЯ ПАВЫШЭННЯ ТУРЫСТЫЧНАЙ ДАСТУПНАСЦІ СЯДЗІБНА-ПАРКАВЫХ КОМПЛЕКСАЎ БЕЛАРУСІ.....	103
<b>Г. Н. Ходор</b> ПОТЕНЦИАЛ ГОСУДАРСТВЕННЫХ ИНФОРМАЦИОННЫХ РЕСУРСОВ ОБ ИСТОРИКО-КУЛЬТУРНОМ НАСЛЕДИИ РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ В РАЗВИТИИ КУЛЬТУРНО-ПОЗНАВАТЕЛЬНОГО ТУРИЗМА.....	111

## **НОРМАТИВНО-ПРАВОВОЕ РЕГУЛИРОВАНИЕ ТУРИСТИЧЕСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ В РЕСПУБЛИКЕ БЕЛАРУСЬ**

**И. Н. Воронович**

СОЦИАЛЬНАЯ РЕКЛАМА

В ГОСУДАРСТВЕННОМ УПРАВЛЕНИИ:

КОНКУРС СОЦИАЛЬНОЙ РЕКЛАМЫ

«#ПОЗНАЙБЕЛАРУСЬ» ..... 125

**Е. В. Гончаренок**

СОЗДАНИЕ И ВЕДЕНИЕ ЕДИНОЙ КЛАССИФИКАЦИИ

ВИДОВ ТУРИЗМА В РЕСПУБЛИКЕ БЕЛАРУСЬ ..... 136

**А. И. Кречетов**

АГРОЭКОТУРИЗМ КАК ВИД ОТДЫХА

В БЕЛАРУСИ ..... 143

## **ОСОБЕННОСТИ И ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ РАЗЛИЧНЫХ ВИДОВ ТУРИЗМА**

**Е. Д. Арасланова**

РАЗВИТИЕ МОЛОДЕЖНОГО ТУРИЗМА

В РАМКАХ СОЮЗНОГО ГОСУДАРСТВА:

СОВРЕМЕННОЕ СОСТОЯНИЕ

И ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ ..... 148

**А. Н. Вошинчук**

РОЛЬ ТВОРЧЕСКОГО НАСЛЕДИЯ ХУДОЖНИКОВ

В РАЗВИТИИ ИСТОРИКО-КУЛЬТУРНОГО ТУРИЗМА ..... 156

**Л. М. Гайдукевич**

ОСНОВНЫЕ ТЕНДЕНЦИИ ТРАНСФОРМАЦИИ

ТУРИСТИЧЕСКОГО РЫНКА

В ПОСТПАНДЕМИЙНЫЙ ПЕРИОД РАЗВИТИЯ ..... 163

**О. В. Додонов, Е. А. Додонова**

МЕЖДУНАРОДНЫЙ ОПЫТ

И ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ ПРОМЫШЛЕННОГО

ТУРИЗМА В РЕСПУБЛИКЕ БЕЛАРУСЬ ..... 173

<b>С. А. Заруцкий</b> РЕСУРСНЫЙ ПОТЕНЦИАЛ РАЗВИТИЯ ВОЕННО-ПАТРИОТИЧЕСКОГО ТУРИЗМА В БРЕСТСКОЙ ОБЛАСТИ .....	181
<b>А. В. Калашникова, К. Д. Гневашева</b> СТУДЕНЧЕСКИЙ ТУРИЗМ КАК СРЕДСТВО КОМАНДООБРАЗОВАНИЯ И ПАТРИОТИЧЕСКОГО ВОСПИТАНИЯ В ВУЗЕ (НА ПРИМЕРЕ УЧРЕЖДЕНИЯ ОБРАЗОВАНИЯ «БЕЛОРУССКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ КУЛЬТУРЫ И ИСКУССТВ») .....	192
<b>Б. Н. Ковалев</b> ПОКЛОННЫЙ ТУРИЗМ В РАБОТЕ НОВГОРОДСКОГО МУЗЕЯ (1944–2023 ГОДЫ) .....	209
<b>Е. А. Кунашко</b> ИСПОЛЬЗОВАНИЕ ТУРИСТИЧЕСКОГО ПОТЕНЦИАЛА В ПРОФОРИЕНТАЦИОННОЙ РАБОТЕ УЧРЕЖДЕНИЯ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО ОБРАЗОВАНИЯ .....	219
<b>С. Л. Мозокина, А. А. Латышева</b> ВЗАИМОДЕЙСТВИЕ РОССИИ И БЕЛАРУСИ В РАЗВИТИИ ЛЕЧЕБНО- ОЗДОРОВИТЕЛЬНОГО И МЕДИЦИНСКОГО ТУРИЗМА .....	225
<b>С. А. Пациенко</b> ЭКСПУРСИОННАЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ КОНДИТЕРСКИХ ПРЕДПРИЯТИЙ В КОНТЕКСТЕ РАЗВИТИЯ ПРОМЫШЛЕННОГО ТУРИЗМА В РЕСПУБЛИКЕ БЕЛАРУСЬ .....	235
<b>Т. О. Пикунова</b> РОЛЬ ЧАСТНЫХ МУЗЕЕВ В РАЗВИТИИ СОЦИАЛЬНОГО ТУРИЗМА .....	244

<b>М. В. Пуренок</b> ПЕРСПЕКТИВЫ ПРОДУКТОВОЙ И ГЕОГРАФИЧЕСКОЙ ДИВЕРСИФИКАЦИИ МЕДИЦИНСКОГО И ЛЕЧЕБНО-ОЗДОРОВИТЕЛЬНОГО ТУРИЗМА В БЕЛАРУСИ .....	253
<b>А. Н. Решетникова, Д. В. Давыдович</b> ВЕЛНЕС КАК НАПРАВЛЕНИЕ РАЗВИТИЯ САНАТОРНО-КУРОРТНОГО ПРОДУКТА РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ .....	264
<b>А. П. Соловьянов</b> ИСТОРИЧЕСКИЕ ШКОЛЫ КАК ФОРМА ОБУЧЕНИЯ МЕТОДИКЕ ПАТРИОТИЧЕСКОГО ТУРИЗМА МОЛОДЕЖИ .....	274
<b>СОВРЕМЕННОЕ СОСТОЯНИЕ И ПОТЕНЦИАЛ ТУРИСТИЧЕСКОЙ ИНФРАСТРУКТУРЫ</b>	
<b>О. В. Верниковская</b> РАЗВИТИЕ ТУРИЗМА В БЕЛАРУСИ В УСЛОВИЯХ ГЛОБАЛЬНЫХ ВЫЗОВОВ.....	282
<b>И. И. Зиганшин, Д. В. Иванов, Р. Р. Хасанов, А. В. Кузнецова</b> ОЦЕНКА ТУРИСТСКО-РЕКРЕАЦИОННОГО ПОТЕНЦИАЛА СЕЛЬСКИХ ПОСЕЛЕНИЙ В КОНТЕКСТЕ ИХ УСТОЙЧИВОГО РАЗВИТИЯ.....	295
<b>Е. В. Кулагина, О. В. Лукина, И. Е. Карасев</b> РАЗВИТИЕ ЭКОЛОГИЧЕСКОГО ТУРИЗМА И ОПЫТ СОЗДАНИЯ ИНФРАСТРУКТУРЫ ЭКОЛОГИЧЕСКОЙ ТРОПЫ «ЕКАТЕРИНИНСКИЙ БОР» В ОМСКОЙ ОБЛАСТИ .....	306
<b>О. Ю. Латышев, П. А. Латышева, М. Радаэлли, М. Луизетто</b> ПОТЕНЦИАЛ ТУРИСТИЧЕСКОЙ ИНФРАСТРУКТУРЫ ДУБАЯ.....	318

<b>Н. Н. Морозова</b> ОСОБЕННОСТИ СОСТОЯНИЯ ЗАНЯТОСТИ В ТУРИСТСКОЙ ИНДУСТРИИ РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ .....	326
<b>А. С. Соколов, Н. А. Мишков</b> ТРАНСФОРМАЦИЯ ОСНОВНЫХ ПОКАЗАТЕЛЕЙ СТРУКТУРЫ ТУРИСТИЧЕСКОЙ СФЕРЫ БЕЛАРУСИ И ТУРИСТИЧЕСКИХ ПОТОКОВ В 2018–2022 ГОДАХ.....	339
<b>П. Р. Шулякоўскі</b> МУЗЕЕФІКАЦЫЯ ПРАСТОРЫ САКРАЛЬНЫХ ПОМНІКАЎ ЯК СРОДАК ПАВЫШЭННЯ ТУРЫСТЫЧНАЙ ДАСТУПНАСЦІ АБ’ЕКТАЎ.....	349
<b>ВОЗМОЖНОСТИ МЕЖДУНАРОДНОГО И ТРАНСГРАНИЧНОГО ТУРИЗМА</b>	
<b>В. М. Бондаренко</b> ПРАВОВОЕ РЕГУЛИРОВАНИЕ МЕЖДУНАРОДНОГО И ТРАНСГРАНИЧНОГО ТУРИЗМА В РЕСПУБЛИКЕ БЕЛАРУСЬ И ПЕРСПЕКТИВЫ ЕГО РАЗВИТИЯ .....	357
<b>Л. Н. Давыденко</b> РАЗВИТИЕ БЕЛОРУССКО-РОССИЙСКОГО ТРАНСГРАНИЧНОГО ТУРИЗМА .....	365
<b>О. В. Ежель</b> РЕСПУБЛИКА БЕЛАРУСЬ В РАМКАХ ИНДЕКСА УСТОЙЧИВОГО ТУРИЗМА: СРАВНИТЕЛЬНЫЙ АНАЛИЗ .....	372
<b>М. П. Портной</b> БЕЛОРУССКО-КИТАЙСКОЕ ВЗАИМОДЕЙСТВИЕ В СФЕРЕ ТУРИЗМА .....	386
<b>Ю. И. Синявская, В. М. Дедок</b> РЕГИОНАЛЬНЫЕ ОСОБЕННОСТИ МІСЕ-ИНДУСТРИИ АРГЕНТИНСКОЙ РЕСПУБЛИКИ .....	395



## **СОВРЕМЕННЫЕ ТЕХНОЛОГИИ В ИНДУСТРИИ ТУРИЗМА И ГОСТЕПРИИМСТВА**

**К. И. Воронович**

СОВРЕМЕННЫЕ ИНСТРУМЕНТЫ ПРОДВИЖЕНИЯ  
ТУРИЗМА В СЕТИ ИНТЕРНЕТ ..... 405

**В. М. Дедок**

МЕЖДУНАРОДНЫЙ ОПЫТ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ  
ГЕЙМИФИКАЦИИ В ДЕЯТЕЛЬНОСТИ  
ПРЕДПРИЯТИЙ ИНДУСТРИИ  
ГОСТЕПРИИМСТВА ..... 412

**О. Г. Дранкевич, О. В. Романова**

МАРКЕТИНГОВОЕ ИССЛЕДОВАНИЕ  
ДЕЯТЕЛЬНОСТИ МУЗЕЯ АРХИТЕКТУРНЫХ  
МИНИАТЮР «СТРАНА МИНИ» ..... 425

**О. Ф. Каган, К. А. Трамбицкая**

ВОЗМОЖНОСТИ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ  
ГЕОИНФОРМАЦИОННЫХ ТЕХНОЛОГИЙ  
В ПОСТРОЕНИИ МАРШРУТА  
ТУРИСТИЧЕСКИХ ПУТЕШЕСТВИЙ  
ПО РЕСПУБЛИКЕ БЕЛАРУСЬ ..... 440

**Э. Л. Малиновская**

ВИРТУАЛЬНЫЕ ЭКСКУРСИИ «ДОРОГАМИ  
УЧЕНЫХ» ..... 448

**М. М. Слесарава, Ю. С. Гецэвіч, А. У. Унучак,**

**Н. В. Анофранка, А. Я. Драгун, А. А. Бакуновіч**  
АЎДЫЯГІДЫ КРОКАМ У ІНДУСТРЫІ  
БЕЛАРУСКАГА ТУРЫЗМУ ..... 454

**С. В. Чувак**

ЦИФРОВАЯ ЭКОСРЕДА ОРГАНИЗАЦИИ  
ИНДУСТРИИ ТУРИЗМА И ГОСТЕПРИИМСТВА:  
ПОНЯТИЕ, СТРУКТУРА, УСЛОВИЯ  
ФОРМИРОВАНИЯ ..... 464

**Е. В. Шамарова**

ИННОВАЦИИ В ИНДУСТРИИ ТУРИЗМА  
КАК УСТОЙЧИВЫЙ МЕХАНИЗМ РАЗВИТИЯ ..... 478

## **ПОДГОТОВКА ПРОФЕССИОНАЛЬНЫХ КАДРОВ ДЛЯ ВНУТРЕННЕГО ТУРИЗМА**

**Т. А. Зыкина**

ОСОБЕННОСТИ ПОДГОТОВКИ ЭКСКУРСОВОДОВ  
ПО ПРОГРАММАМ ДОПОЛНИТЕЛЬНОГО  
ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО ОБРАЗОВАНИЯ ..... 484

**О. Н. Михайлова, О. А. Гусарова**

ОБ ИННОВАЦИОННЫХ ПОДХОДАХ  
К ОРГАНИЗАЦИИ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОГО  
ПРОЦЕССА ПОДГОТОВКИ СПЕЦИАЛИСТОВ  
ДЛЯ СФЕРЫ ТУРИЗМА И ГОСТЕПРИИМСТВА  
С УГЛУБЛЕННЫМ ВЫСШИМ  
ОБРАЗОВАНИЕМ ..... 491

**Т. В. Починок**

О ПРАКТИКО-ОРИЕНТИРОВАННОЙ ПОДГОТОВКЕ  
СПЕЦИАЛИСТОВ ДЛЯ ТУРИСТИЧЕСКОЙ  
ИНДУСТРИИ В УНИВЕРСИТЕТЕ ..... 499

## **КРАЕВЕДЧЕСКИЕ ИССЛЕДОВАНИЯ И ТУРИСТСКО-КРАЕВЕДЧЕСКАЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ**

**А. Л. Зянько**

РАЗВИЦЦЁ МЕДЫЦЫНСКАГА ТУРЫЗМУ  
НА ТЭРЫТОРЫИ БЕЛАРУСКИХ ГУБЕРНЯЎ  
У ДРУГОЙ ПАЛОВЕ XIX – ПАЧАТКУ XX СТ. .... 508

**М. Д. Ткачева**

СОЕДИНЯЯ ПРОШЛОЕ И БУДУЩЕЕ  
(ИСТОРИЯ В ВОСПОМИНАНИЯХ  
И ДОКУМЕНТАХ)..... 517



**Уважаемые коллеги,  
участники и гости конференции!**

Поздравляю вас со Всемирным днем туризма и приветствую на III Международной научно-практической конференции «Перспективы развития туризма в современных условиях: мировые тенденции и региональные контексты».

В Беларуси 2023 г. посвящен миру и созиданию. Эта тема нашла свое отражение во всех видах отечественного туризма. Природное и культурное многообразие, красота городов и колорит деревень, достижения современной промышленности и медицины представлены в белорусском туристическом продукте, который рассчитан на гостей из разных частей мира. II Игры стран СНГ, прошедшие 4–14 августа, продемонстрировали тысячам атлетов и туристам из 22 стран высокий уровень развития всех регионов нашей страны.

Привлечение инвестиций в инфраструктурные проекты, создание условий для подготовки профессиональных кадров, открытие новых рынков и поиск эффективных путей сотрудничества являются необходимыми условиями для дальнейшего развития внутреннего и международного туризма. Особое внимание следует уделить взаимодействию со странами – членами Шанхайской организации сотрудничества и БРИКС. По-прежнему актуально тесное взаимодействие с регионами Российской Федерации, странами Содружества Независимых Государств, в том числе при разработке совместных туристических программ.

Для развития индустрии туризма необходим эффективный диалог между профессионалами, которые чувствуют дух времени, живут своим делом, сохраняют лучшие традиции и стремятся к новым достижениям, несмотря ни на какие сложности. Пусть эта конференция станет надежной площадкой для конструктивного обмена мнениями и принятия решений. Желаю всем участникам конференции плодотворной работы, новых интересных встреч и творческого сотрудничества!

**Ковальчук Сергей Михайлович,  
Министр спорта и туризма Республики Беларусь**

# ПОТЕНЦИАЛ ИСТОРИКО-КУЛЬТУРНОГО НАСЛЕДИЯ В ТУРИСТИЧЕСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

УДК 069 (091)

## МУЗЕИ-ЗАПОВЕДНИКИ КАК ВАЖНЫЙ ЭЛЕМЕНТ РАЗВИТИЯ ТУРИСТИЧЕСКОЙ ИНДУСТРИИ РЕГИОНА. ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ АЛУПКИНСКОГО МУЗЕЯ-ЗАПОВЕДНИКА

**А. П. Балинченко**

Государственное автономное учреждение культуры  
Республики Крым  
«Алупкинский дворцово-парковый музей-заповедник»,  
г. Алупка, Республика Крым, Россия,  
direction@worontsovpalace.org

**Аннотация.** В статье предпринята попытка отобразить место и значимость музеев-заповедников, как активных игроков в области развития туристической привлекательности территории. Задачей статьи является выявление потенциала музейных учреждений, которая решается посредством анализа основных направлений работы, осуществляемой в Алупкинском музее-заповеднике. В качестве примера приводится экспозиционная, просветительская и издательская деятельность.

**Ключевые слова:** история, туризм, музеи, музеи-заповедники, развитие региона.

**Образец цитирования:** Балинченко, А. П. Музеи-заповедники как важный элемент развития туристической индустрии региона. Деятельность Алупкинского музея-заповедника / А. П. Балинченко / Перспективы развития туризма в современных условиях: мировые тенденции и региональные контексты : материалы III Междунар. науч.-практ. конф., Минск, 28 сент. 2023 г. / Национальное агентство по туризму ; редкол.: И. Н. Воронович (предс.) [и др.]. – Минск, 2023. – С. 12–21.

# MUSEUMS-RESERVES AS AN IMPORTANT ELEMENT OF THE DEVELOPMENT OF THE TOURISM INDUSTRY OF THE REGION. ACTIVITIES OF THE ALUPKA MUSEUM-RESERVE

**A. Balinchenko**

State Autonomous Institution of Culture of the Republic of Crimea  
«Alupka Palace and Park Museum-Reserve»,  
Alupka, Republic of Crimea, Russia, direction@worontsovpalace.org

**Annotation.** The article attempts to reflect the place and significance of the museums-reserves, as active players in the field of development of tourist attractiveness of the territory. The article is aimed at identifying the potential of museum institutions, which is solved by analyzing the main directions of work carried out in the Alupka Museum-Reserve. Examples include expositions, education and publishing.

**Keywords:** history, tourism, museums, museums-reserves, development of the region

**For citation:** Balinchenko, A. Museums-reserves as an important element of the development of the tourism industry of the region. Activities of the Alupka museum-reserve / A. Balinchenko // Prospects of tourism development in modern conditions: global trends and regional contexts : materials of the III Int. sci.-pract. conf., Minsk, 28 Sept. 2023 / National Agency for Tourism ; ed.: I. Voronovich (chair.) [et al.]. – Minsk, 2023. – P. 12–21.

В данной статье рассмотрен опыт Алушкинского музея-заповедника в области формирования туристической привлекательности региона. Прежде чем перейти к основной теме, стоит кратко затронуть историю этого уникального объекта.

Алушкинский музей-заповедник своим существованием обязан генерал-губернатору Новороссии и Бессарабии Михаилу Семеновичу Воронцову. Выдающийся военный и политический деятель России рубежа XVIII–XIX вв. оставил свой след в истории нашей страны. Будучи потомком одного из ярчайших родов страны, он получил блестящее образование и начал свой военный путь с кампаний на Кавказе.

Затем Воронцов отличился в антинаполеоновской кампании, в битве при Бородино получил серьезное ранение и после восстановления вновь принял участие в походе. После разгрома Наполеона Михаил Семенович командовал русским оккупационным корпусом во Франции, где уже обратил на себя внимание, как на талантливого управленца. После завершения военной карьеры он получает назначение на пост генерал-губернатора Новороссии, в состав которой входил и Крым. На посту генерал-губернатора он добивается серьезных успехов. В этот период Крым расцветает и становится настоящей летней отдушиной для представителей аристократических кругов. После начала строительства имения Воронцова в Алушке земли Крыма становятся популярными у высших слоев знати и начинается активное возведение летних резиденций, в числе которых и первая императорская резиденция в поселке Нижняя Ореанда.

Основная резиденция генерал-губернатора находилась в Одессе, в Алушке был расположен их летний дворец. Воронцовы задумывали имение как майорат – т. е. имение, передающееся по наследству только по мужской линии, дабы навсегда сохранить имя и титул владельцев. Здесь ждет незабываемый прием императорскую фамилию, после которого императорская чета и приняла решение о создании дворца в Крыму.

Летняя резиденция в Алушке была своего рода центром притяжения культурной жизни в летний период. В залах дворца устраивались праздники сбора урожая, на подмостках домашнего театра блистали таланты русской оперы и сценического мастерства, читали свои произведения молодые поэты. Именно здесь сентябрьской ночью состоялось выступление Федора Шаляпина и Сергея Рахманинова, которое открыло новые горизонты реализации их таланта.

Строился дворец довольно длительный период, 20 лет, с 1828 по 1848 г., и по настоящее время внешних изменений архитектура дворца не претерпела, в отличие от внутренних помещений гостевого корпуса и Шуваловского флигеля, они несколько раз подвергались перепланировке.

В 1904 г. владелицей имения становится графиня Елизавета Андреевна Воронцова-Дашкова, которая владеет «Большим домом» вплоть до 1920 г.

Летом 1920 г. Елизавета Андреевна покидает Россию, а огромное имение, состоящее из сформировавшегося на протяжении целого

столетия уникального парка и дворца с богатейшей коллекцией живописи, книг, предметов прикладного искусства, становится на время бесхозным.

Формироваться музей в бывшем Воронцовском дворце стал в 1921 г. После национализации коллекция Воронцовского дворца дополняется предметами из других южнобережных дворцов, и в имении начинает функционировать историко-бытовой музей.

Над судьбой дворца сгущаются тучи в 1922 г., когда начинаются обсуждения создания санатория в бывшем графском имении. При активном участии Александра Ивановича Полканова, представителя Крымохриса, это начинание реализовали только частично. По имеющимся архивным сведениям, в частности в архивной выписке из протокола заседания Президиума Крымского Совета Народных комиссаров от 18 марта 1922 г. № 40, указано, что в п. 22 слушали доклад Председателя Комиссии по изъятию, учету, концентрации и охране ценностей, дворцов Крыма. Постановили объявить музеями в Ялте дворец бывшего Эмира Бухарского и в округе малый Ливадийский дворец Александра III, Пушкинский домик в Гурзуфе и Воронцовский дворец в Алушке. Таким образом, в соответствии с данной архивной выпиской, днем рождения музея в Алушке можно считать 18 марта 1922 г.

В 1923 г. Дом отдыха начал функционировать во флигеле дворца, административно подчиняясь управлению Народного комиссариата просвещения.

До 1941 г. в Западной части дворца функционировал санаторий. Эти помещения, остававшиеся неизменными по назначению и во время существования Госдачи, в 1956 г. вновь были отданы санаторию «Горное солнце» и только в начале 1970-х гг. возвращены музею.

В годы Отечественной войны, когда Крым был оккупирован немецкими захватчиками, произведения искусства отсюда не удалось эвакуировать, и дворец продолжал функционировать как музей. При отступлении немцы пытались взорвать дворец, было заготовлено большое количество взрывчатого вещества. Однако взрыв осуществить не удалось, этому помешали музейные работники. В апреле 1944 г. стремительное наступление советских войск освободило Крым.

В феврале 1945 г., в период Крымской конференции, Алушкинский дворец был предоставлен английской делегации во главе с У. Черчиллем. В последующее десятилетие здесь была Госдача, именуемая в документах «спец. объект № 3».

Вновь дворец был открыт для посетителей в 1956 г. В настоящее время это архитектурно-художественный музей. Он размещен в центральном и столовом корпусах, где находятся парадные помещения дворца. В помещениях Хозяйственного и Гостевого корпусов, а также Шуваловского флигеля экспонируются различные выставки из фондов музея-заповедника.

Нельзя обойти вниманием судьбу еще одного дворца, входящего в состав Алушкинского музея-заповедника. Это имение императора Александра III в Массандре.

В 1917 г. Указом Временного правительства Удельное имение Массандра было национализировано.

Начиная с середины 1920-х гг. Верхняя Массандра и дворец Александра III входили в экскурсионно-туристический маршрут, разработанный для туристов СССР. В 1923 г. Массандровский дворец посетил вместе с супругой товарищ Троцкий, который очень интересовался его техническим состоянием.

В период оккупации Крыма Массандра, получившая название государственного имения № 40, входила в состав Управления Государственными именными имениями Крыма.

С середины 1946 г. до лета 1948 г. в здании дворца функционировал институт вина и виноделия всесоюзного значения «Магарач». В 1946 г. был разработан генеральный план строительства «Большого Магарача» на придворцовой территории, однако данный проект не осуществился в связи со срочной организацией летом 1948 г. государственной дачи перед прибытием в Ялту на отдых главы советского государства – И. В. Сталина. Этап функционирования в Массандровском дворце и на прилегающей территории государственной дачи («Большой Сосновки») длился более 40 лет.

В 1991 г. постановлением Крымского правительства дворец получил статус музея и был передан в состав Алушкинского дворцово-паркового музея-заповедника, дворец стал доступен для посещения с июня 1992 г. и по сей день неустанно развивается с целью привлечения как можно большего количества гостей.

Отмечу, что, как и в XIX в., Воронцовский дворец является осью развития территории. Как и в XIX в., развитие и расцвет этой территории начались после строительства дворца и активной социальной позиции его владельцев. На объектах проводятся многочисленные и разноплановые мероприятия, в числе которых и яркие событийные



и мощные международные научные симпозиумы. Практически все проекты музея относятся к такому стратегическому приоритету Концепции развития культуры, как «Музеи и общество», реализация которого должна способствовать повышению роли музеев в социокультурном пространстве и превращению музейной деятельности в значимый фактор социального и экономического развития Крыма.

Заслуживает внимания мощный научный проект, имеющий позитивные перспективы, – «Южный берег Крыма – территория всемирного наследия». Фонд имени Д. С. Лихачева в партнерстве с Государственным Эрмитажем, Министерством культуры Республики Крым и Алушкинским музеем-заповедником в апреле 2018 г. презентовали проект «Южный берег Крыма – территория всемирного наследия». В ходе экспедиции фотографов и экспертов, проходившей с 22 по 29 апреля 2018 г., состоялось комплексное обследование территории Южного берега как объекта культурного и природного наследия, уникального культурного ландшафта, обладающего исключительной культурной ценностью не только для России, но и для мира.

Помимо этого знакового проекта, на постоянной основе в музее проводятся научно-практические конференции «Музеи в XXI веке: новые реалии, новые подходы, новые возможности», традиционные научные чтения «Мир усадебной культуры» и «Воронцовы и русское дворянство: между Западом и Востоком», другие научно-практические мероприятия. Особо хочется отметить проведение первой международной конференции «Воронцовы и Англия», состоявшейся в 2019 г. и привлечшей внимание как отечественных, так и зарубежных специалистов в области сохранения культурного и исторического наследия.

Учитывая тесные архитектурные связи Массандровского дворца с французскими дворцами эпохи Возрождения, в 2022 г. был запланирован к проведению научно-практический симпозиум, посвященный вопросам исторического паркостроения и обеспечения сохранности архитектурного наследия, совместно с Ассоциацией дворцов долины рек Эйр и Луар. Но, ввиду ряда ограничений, мероприятие прошло в сокращенном формате, а коллеги из Франции приняли участие в нем онлайн.

Как и положено музейным учреждениям, мы ведем активную экспозиционно-выставочную работу. При создании выставок мы стараемся взаимодействовать с музейными учреждениями не только Крыма, но и других регионов страны. В частности, активное

сотрудничество ведется с ГМХ «Царское село», Гатчина, Музеем Пушкина, Архангельское, Калининградским областным историко-художественным музеем. Также особо отмечу, что мы открыты к сотрудничеству и с коллегами из Беларуси, и, возможно, знакомства, которые состоятся в рамках данной конференции, послужат базисом для реализации совместных проектов с коллегами-музейщиками Беларуси.

В общих чертах отмечу проекты в рамках просветительского направления. Совместно с администрацией города и учреждениями-партнерами на территории музея-заповедника проводятся массовые культурно-просветительские мероприятия, так, в Воронцовском и Массандровском дворцах – в рамках Всероссийских акций «Ночь музеев» и «Ночь искусств». Главным мероприятием в рамках акции «Ночь искусств» бесспорно являются «Мистерии диабазового замка», на протяжении многих лет притягивающие живое внимание гостей и жителей Крыма и являющиеся кульминацией празднования.

Возрождая традиции вечеров классической музыки, успешно осуществляется совместный проект «Под сенью воронцовского платана» и «В Массандровском дворце чарующее музыки звучанье...». Особо отмечу, что участие в проектах принимают не только наши земляки из Крымской государственной филармонии, Крымского концертного отделения, но и талантливейшие исполнители Санкт-Петербургского Дома музыки, художественным руководителем которого является Народный артист России, профессор Сергей Павлович Ролдугин.

Отдельно хочу отметить издательскую деятельность музея. В Алушкинском музее на протяжении многих десятилетий проводятся научно-практические конференции, организованные как самим музеем, так и в партнерских отношениях с другими представителями культурологического сообщества. Венчает проведенное мероприятие публикация сборников научных статей, в ряде которых я бы хотел обратить внимание на несколько изданий.

Первое – сборник научных статей конференции с международным участием «Воронцовы и русское дворянство. Между западом и Востоком», появившийся в свет по итогам знаковой конференции, состоявшейся в 2019 г. В ней приняли участие представители сферы науки и культуры не только из регионов Российской Федерации, но и из стран дальнего зарубежья, в том числе Великобритании. С интереснейшими докладами зарубежных коллег можно ознакомиться в процессе чтения данного сборника.

Еще одним неизменно вызывающим интерес у широкой публики изданием является сборник, созданный по итогам проведения VI научно-практической конференции Национальной ассоциации «Возрождение исторических садов и парков», состоявшейся в 2017 г. при активном содействии Ассоциации возрождения исторических садов и парков.

Интересным для специалистов музейной среды является и каталог коллекции фарфора «Фарфор и керамика XVIII–XX веков», изданный музеем и объединивший в себе многолетний труд научных сотрудников. Он привлекает внимание не только специалистов, но и ценителей прекрасных предметов декоративно-прикладного искусства из фарфора и стекла.

Также вызывает повышенный интерес у гостей учреждения литература мемориального характера. Так, музеем-заповедником опубликованы книги воспоминаний одного из ведущих научных сотрудников музея – Азы Павловны Пальчиковой «В окружении красоты».

Погружает в эпоху сложного исторического периода Великой Отечественной войны книга сотрудника музея Степана Григорьевича Щеколдина «О чем молчат львы».

Также интересна с точки зрения воспоминаний о дворце и книга «Уинстон Черчилль в Воронцовском дворце» под редакцией ученого секретаря Галины Григорьевны Филатовой. Это произведение описывает историю музея периода проведения Крымской конференции.

Еще одно направление музейной книги – буклеты, в легкой форме повествующие об основных особенностях и достопримечательностях объекта. Этот продукт пользуется неизменным спросом у наших посетителей и наиболее часто приобретается в качестве сувенира.

Нельзя обойти вниманием и наши воспроизведенные издания. Так, нами издана книга «Дом и хозяйство. Сочинение Марии Ределин» из собрания музея-заповедника, характеризующая быт дворянской усадьбы XIX в. В современном понимании это настоящий клад по домоводству. В ней собраны интересные хитрости по обустройству быта и приготовлению изысканных блюд. И в наше время некоторые советы не теряют своей актуальности. Также отмечу, что по материалам этой книги с рядом передовых рестораторов города Ялта были реализованы проекты по гастрореконструкции исторического меню.

Одним из самых новых изданий музея является книга, рассчитанная на детскую аудиторию, – «Невероятные приключения в волшебном Воронцовском дворце». В понятной, игровой форме она

рассказывает о волшебном путешествии Феди и Сони в Воронцовском дворце. Исторические факты гармонично переплетаются с творческим видением давно ушедшей эпохи, что позволяет юным читателям прикоснуться к истинной истории в самом интересном ее проявлении. В мае 2023 г. состоялась презентация этого издания, которое сразу получило самые хорошие отзывы от первых обладателей. Искренне надеюсь, что благодаря запущенному нами проекту и другим учреждениям культуры и искусства смогут создать подобную увлекательную книгу, помогая порастающему поколению вновь обрести любовь к чтению и расширить свои познания в истории нашей большой Родины.

Чем ярче и интереснее реализуются проекты, тем большее число гостей захочет их посетить. В данном контексте немаловажную роль играет и медиасопровождение. Информирование посредством СМИ, официальных сайтов и, как показывает практика, активное использование музеями социальных сетей и мессенджеров вносят свой вклад в популяризацию музейных проектов.

Стоит отметить, что активное использование интернет-ресурсов дает свои плоды. Благодаря им наши мероприятия не только привлекают внимание жителей нашей страны, но и вызывают живой интерес у представителей европейских стран. Очень важно, что есть живой отклик у нашей существенно увеличившейся аудитории. Причем проявляется это не только позитивными смайликами в социальных сетях, но и полноценной обратной связью на официальном сайте. Наши зрители анализируют видеолекции, высказывают свои предложения по наполнению контента, задают вопросы. Это очень важный фактор, значит, эта тема интересна виртуальным гостям, значит, мы выбрали верный вектор движения.

Рост числа посетителей, в том числе и виртуальных, который фиксируется на протяжении нескольких лет, разнообразие форм использования музейных коллекций в работе позволяют обоснованно утверждать, что музей выполняет одну из основополагающих функций в формировании и развитии личности. Но наряду с этим, музейные учреждения, в числе которых и музеи-заповедники, становятся своеобразной точкой притяжения туристов. Различные социокультурные проекты, новые выставки и экспозиции создают точки интереса у туристов. Активная позиция музеев приносит не только плоды осязаемого плана, которые пополняют бюджет, но, что гораздо существеннее, создают положительный облик региона.

Исходя из вышеозначенного можно утверждать, что вектор развития, выбранный Алушкинским музеем-заповедником, в полной мере соответствует общим направлениям развития музеев, соответствует стратегии Государственной культурной политики страны. Мы развиваемся, совершенствуем методы сохранения и популяризации объектов культурного наследия, тем самым уверенными шагами приближая решение одной из наиболее актуальных и приоритетных задач современных музеев-заповедников – понимание и культивацию нашего культурного кода, позволяющего сохранять самоидентификацию, вдохновляя сложными и доблестными примерами истории.

## **ИСТОРИОГРАФИЯ ИЗУЧЕНИЯ НЕМАТЕРИАЛЬНОГО НАСЛЕДИЯ ХЭЧЖЭ В КИТАЕ**

**Ван Мэнюань**

Белорусский государственный университет,  
пр. Независимости, 4, 220030, г. Минск, Беларусь,  
mengyuanwang123@gmail.com

**Аннотация.** В статье рассматриваются работы китайских ученых об особенностях сохранения и популяризации нематериального наследия хэчжэ в Китае.

**Ключевые слова:** Китай, историография, хэчжэ, нематериальное наследие.

**Образец цитирования:** Ван, М. Историография изучения нематериального наследия хэчжэ в Китае / Мэнюань Ван // Перспективы развития туризма в современных условиях: мировые тенденции и региональные контексты : материалы III Междунар. науч.-практ. конф., Минск, 28 сент. 2023 г. / Национальное агентство по туризму ; редкол.: И. Н. Воронович (предс.) [и др.]. – Минск, 2023. – С. 22–27.

## **HISTORIOGRAPHY OF THE STUDY HEZHE INTANGIBLE HERITAGE IN CHINA**

**Wang Mengyuan**

Belarusian State University,  
Niezaliežnasci Avenue, 4, 220030, Minsk, Belarus,  
mengyuanwang123@gmail.com

**Annotation.** The article reviews the work of Chinese scientists on the features of the preservation and promotion of the hezhe intangible heritage in China.

**Keywords:** China, historiography, hezhe, intangible heritage.

**For citation:** Wang, M. Historiography of the study of the intangible heritage of hezhe in China / Mengyuan Wang // Prospects for the development

of tourism in modern conditions: global trends and regional contexts : materials of the III Int. sci.-pract. conf., Minsk, 28 Sept. 2023 / National Agency for Tourism ; ed.: I. Voronovich (chair.) [et al.]. – Minsk, 2023. – P. 22–27.

В последние годы китайское правительство придает большое значение защите нематериального культурного наследия этнических групп Китая, и в целом ситуация с исследованием и защитой нематериального культурного наследия развивается достаточно стабильно. Этническая группа хэчжэ является важной частью Китая и России, представители которой постоянно мигрировали и развивались в ходе истории, создали много выдающихся элементов традиционной культуры, которые являются важной частью мировой культуры. Однако в условиях стремительного развития глобализации и современного общества многие уникальные элементы нематериального культурного наследия народа хэчжэ подверглись сильному воздействию и находятся под угрозой исчезновения, их эффективная защита и спасение стали актуальной и важной задачей.

В связи с данной проблемой в настоящее время ученые Китая постепенно все больше внимания уделяют изучению нематериального культурного наследия народа хэчжэ. Китайские ученые Ван Хунцзюнь [1], Чжао Цзяци [2], Ли Хайфэн [3], Чэнь Сюэцзюнь [4] и Чжан Шаньшань [5], соответственно, в своих статьях рассказали о состоянии защиты и наследования нематериального культурного наследия народа хэчжэ. В настоящее время многие элементы этнокультурного наследия народа хэчжэ теряют условия для сохранения и развития, сталкиваются с угрозой исчезновения. Основная причина в том, что у народа хэчжэ нет своей письменности, только устный язык. Письменность является важнейшим носителем информации. Из-за отсутствия письменности наследование нематериального культурного наследия народа хэчжэ в основном основано на устном обучении, поэтому некоторые элементы трудно сохранить.

С точки зрения внешних причин, первая состоит в том, что население народности хэчжэ с каждым годом сокращается, и, хотя население народности хэчжэ несколько увеличилось за последние годы, оно по-прежнему составляет очень небольшую долю китайского населения. Согласно седьмой национальной переписи населения Китая, в Китае проживает 5373 человека хэчжэ, что составляет 0,0043 % от общей численности этнических групп в Китае и 0,00037 %

от общей численности населения [6]. Малочисленность населения не способствует формированию коллективов нематериального культурного наследия, в то же время многие из носителей нематериального наследия уже стары и существует пробел в передаче элементов культурного наследия. Вторая причина заключается в том, что социальное развитие и изменения окружающей среды привели к изменению образа жизни народа хэчжэ. Раньше народ хэчжэ занимался рыболовством и охотой и многие культурные традиции были связаны с рыболовством, например, с лодочными песнями. В настоящее время, в связи с развитием общества, очень немногие хэчжэ продолжают заниматься рыболовством и охотой, что также создает определенное препятствие для передачи культурного наследия.

Сюй Мэйцзюнь [7], Сун Хайин [8], Чжан Миньцзе [9], Цю Хунбинь [10] и другие китайские ученые в своих статьях предложили меры и обозначили подходы к охране нематериального культурного наследия народа хэчжэ. По их мнению, во-первых, необходимо усилить поддержку национальной политики, усовершенствовать соответствующие нормативные акты и обеспечить соответствующую правовую поддержку охраны культурного наследия. Во-вторых, необходимо использовать технологические средства для создания электронных платформ, таких как базы данных культурного наследия и цифровые библиотеки, для постоянного сохранения элементов нематериального культурного наследия народа хэчжэ. В-третьих, правительство, ведомства культуры, научно-исследовательские учреждения и т. д. должны активизировать сотрудничество, повышать осведомленность людей о защите культуры и создавать благоприятную социальную среду для защиты нематериального наследия.

Кроме того, такие ученые, как Ли Сюэцзе [11], Фан Божань [12], Цинь Джин [13], Цзян Маньцзюань [14], также проанализировали изменения в музыке, культуре фестивалей, ремеслах и обычаях жизни хэчжэ. Авторы работ подчеркивают, что первоначальный культурный ландшафт народа хэчжэ претерпел огромные изменения, важность защиты нематериального культурного наследия недостаточно осознана, нематериальное культурное наследие не может быть защищено с научной точки зрения, а широкомасштабное развитие и строительство привели к интенсификации разрушения и уничтожения нематериального культурного наследия. При этом резко ухудшается среда обитания нематериального культурного



наследия, постоянно исчезают различные искусства, навыки, технологии, народные обычаи и другое культурное наследие, многие мастера не имеют преемников и ремесла находятся на грани опасности быть утраченными.

В результате в 2016 г. было издано Положение о нематериальном культурном наследии провинции Хэйлунцзян, в котором было предложено, чтобы народные правительства уровня уезда и выше включали защиту и сохранение нематериального культурного наследия в планы национального экономического и социального развития на том же уровне, создавали координационный механизм для защиты нематериального культурного наследия и координировали и решали основные проблемы, возникающие в процессе работы. Для защиты и сохранения элементов нематериального культурного наследия в районах проживания хэчжэ и других этнических групп провинциальные и городские народные правительства оказывают поддержку в виде средств, подготовки кадров и строительства объектов. В 2018 г. появился План возрождения традиционных ремесел провинции Хэйлунцзян, в котором предлагается опираться на традиционную культуру всех этнических групп в провинции Хэйлунцзян, объединять работу по защите нематериального культурного наследия провинции и полагаться на план обучения групп наследования для содействия созданию групп наследования традиционных ремесел, что позволит им широко использоваться в современной жизни и лучше удовлетворять потребности населения в модернизации потребления.

Таким образом, анализ исследований китайских ученых, посвященных нематериальному культурному наследию народности хэчжэ, показывает, что защита нематериального культурного наследия народности хэчжэ становится популярной темой в китайских научных кругах, привлекает к себе внимание общественности и является катализатором появления новых мер по охране и популяризации элементов этнокультурного наследия народа хэчжэ.

### Список литературы

1. 王洪军 (Ван Хунцзюнь). 谈赫哲族非物质文化遗产的保护 (Об охране нематериального культурного наследия национальности хэчжэ) / 洪军王 (Хунцзюнь Ван) // 佳木斯大学社会科学学报 (Журнал социальных наук Университета Цзяму-сы). – 2007. – № 2. – 第 102–103 页 (С. 102–103).

2. 赵佳琪 (Чжао Цзяци). 东北边疆地区非遗现状调研—以鄂温克、鄂伦春、赫哲族传统技艺为例 (Исследование текущей ситуации с нематериальным культурным наследием в северо-восточной приграничной зоне на примере традиционных навыков эвенки, орокен и хэчжэнь) / 佳琪赵 (Цзяци Чжао) // 美术观察 (Художественное наблюдение). – 2022. – № 6. – 第 8–14 页 (С. 8–14).
3. 李海峰 (Ли Хайфэн), 程丽云 (Чэн Лиюнь). 赫哲族鱼皮制作技艺及传承的社会文化功能 (Навыки изготовления рыбьей кожи хэчжэ и их социальные и культурные функции наследования) / 海峰李 (Хайфэн Ли) // 贵州民族研究 (Этнические исследования Гуйчжоу). – 2015. – № 12. – 第 116–119 页 (С. 116–119).
4. 陈学军 (Чэнь Сюэцзюнь). 人口较少民族手工艺传承人口述史研究以赫哲族鱼皮制作技艺传承人尤文凤为例 (Исследование устной истории наследников ремесел малочисленных этнических меньшинств: на примере Ю Вэньфэна, наследника навыков изготовления рыбьей кожи народности хэчжэ) / 学军陈 (Сюэцзюнь Чэнь) // 贵州民族研究 (Этнические исследования Гуйчжоу). – 2020. – № 11. – 第 110–116 页 (С. 110–116).
5. 张珊珊 (Чжан Шаньшань), 王韶峰 (Ван Шаофэн), 隋东旭 (Суй Дунсюй). 中俄跨界民族 (赫哲族-那乃族) 体育文化流变研究 (Исследование эволюции спортивной культуры между Китаем и Россией трансгранично (хэчжэ-нанайцев) / 珊珊张 (Шаньшань Чжан) // 体育文化导刊 (Путеводитель по спортивной культуре). – 2009. – № 6. – 第 73–77 页 (С. 73–77).
6. Данные седьмой национальной переписи населения Китая [Электронный ресурс]. – Режим доступа: [http://www.gov.cn/guoqing/2021-05/13/content\\_5606149.htm](http://www.gov.cn/guoqing/2021-05/13/content_5606149.htm). – Дата доступа: 01.05.2023.
7. 徐美群 (Сюй Мэйцюнь). 新农村建设中赫哲族非物质文化遗产的保护与传承 (Защита и наследование нематериального культурного наследия народности хэчжэ в новом сельском строительстве) / 美群徐 (Мэйцюнь Сюй) // 黑龙江社会科学 (Общественные науки Хэйлунцзяна). – 2015. – № 4. – 第 142–143 页 (С. 142–143).
8. 孙海英 (Сун Хайин), 王宇佳 (Ван Юйцзя). 赫哲族非物质文化遗产的数字化建设 (Цифровая конструкция нематериального культурного наследия народа хэчжэ) / 海英孙 (Хайин Сун) //

- 佳木斯大学社会科学学报 (Журнал социальных наук Университета Цзямусы). – 2009. – № 5. – 第 177-178 页 (С. 177–178).
9. 张敏杰 (Чжан Миньцзе), 李伟国 (Ли Вейго). “乌日贡”大会与赫哲族民间文化遗产的抢救和保护 (Конференция «Ужигун» и спасение и защита народного культурного наследия Хэчжэ) / 敏杰张 (Миньцзе Чжан) // 黑龙江民族丛刊 (Хэйлунцзянская серия о национальностях). – 2006. – № 5. – 第98-103 页 (С. 98–103).
  10. 邱洪斌 (Цю Хунбинь), 丁思尧 (Дин Сияо), 吴金光 (Ву Цзингуан). 赫哲族与那乃族文化交流互鉴的积极作用 (Положительная роль культурных обменов и взаимного обучения между хэчжэ и нанайцев) / 洪斌邱 (Хунбинь Цю) // 黑龙江民族丛刊 (Хэйлунцзянская серия о национальностях). – 2021. – № 6. – 第 121-125 页 (С. 121–125).
  11. 李雪洁 (Ли Сюэцзе). 赫哲族嫁令阔音乐艺术解析 (Анализ музыкального искусства народности хэчжэнь дярин) / 雪洁李 (Сюэцзе Ли) // 黑龙江民族丛刊 (Хэйлунцзянская серия о национальностях). – 2022. – № 1. – 第 135-140 页 (С. 135–140).
  12. 房博然 (Фан Божань). 赫哲族民间文化“伊玛堪”的历史价值研究 (Исследование исторической ценности народной культуры Хэчжэ «Имакань») / 博然房 (Божань Фан) // 贵州民族研究 (Этнические исследования Гуйчжоу). – 2019. – № 3. – 第 101-104 页 (С. 101–104).
  13. 覃劲 (Цинь Джин), 尤文民 (Ю Вэньмин). 改革开放以来赫哲族渔猎文化遗产的创造性转化—“乌日贡”的文化遗产功能 (Творческая трансформация рыболовного и охотничьего культурного наследия Хэчжэ после реформы и открытости – функция культурного наследия «Ужигун») / 劲覃 (Джин Цинь) // 黑龙江民族丛刊 (Хэйлунцзянская серия о национальностях). – 2018. – № 3. – 第 136-141 页 (С. 116–119).
  14. 蒋满娟 (Цзян Маньцзюань). 赫哲族伊玛堪代表性传承人生命历程研究—以尤文凤为个案 (Исследование жизненного пути представительных наследников национальности хэчжэнь имакань – на примере Ю Вэньфэн) / 满娟蒋 (Маньцзюань Цзян) // 贵州民族研究 (Этнические исследования Гуйчжоу). – 2020. – № 2. – 第 118-124 页 (С. 118–124).

## **ПОПУЛЯРИЗАЦИЯ ОБЪЕКТОВ КУЛЬТУРНОГО НАСЛЕДИЯ. ОПЫТ АЛУПКИНСКОГО МУЗЕЯ-ЗАПОВЕДНИКА**

**С. А. Верховская**

Государственное автономное учреждение культуры Республики Крым  
«Алупкинский дворцово-парковый музей-заповедник»,  
г. Алупка, Республика Крым, Россия,  
svetlanaverhovskaya@yandex.ru

**Аннотация.** В статье представлен краткий обзор способов популяризации объектов культурного наследия, реализуемый на объектах показа Алупкинского музея-заповедника. Указаны наиболее актуальные способы популяризации с описанием реализованных музеем проектов. Представлен краткий анализ мероприятий и степень их влияния на развитие культурной и туристической сферы в Республике Крым.

**Ключевые слова:** музей, туризм, массовые мероприятия, музейная деятельность, туристическая привлекательность.

**Образец цитирования:** Верховская, С. А. Популяризация объектов культурного наследия. Опыт Алупкинского музея-заповедника / С. А. Верховская // Перспективы развития туризма в современных условиях: мировые тенденции и региональные контексты : материалы III Междунар. научн.-практ. конф., Минск, 28 сент. 2023 г. / Национальное агентство по туризму ; редкол.: И. Н. Воронович (предс.) [и др.]. – Минск, 2023. – С. 28–34.

# PROMOTION OF CULTURAL HERITAGE SITES. EXPERIENCE OF ALUPKA MUSEUM-RESERVE

**S. Verkhovskaya**

State Autonomous Institution of Culture of the Republic of Crimea  
«Alupka Palace and Park Museum-Reserve»,  
Alupka, Republic of Crimea, Russia, svetlanaverhovsckaya@yandex.ru

**Annotation.** The article presents a brief overview of the ways of popularization of cultural heritage objects implemented at the objects of demonstration of the Alupka Museum-Reserve. The most actual ways of popularization with the description of the projects implemented by the museum are indicated. A brief analysis of the activities, and the degree of their impact on the development of the cultural and tourism sector in the Republic of Crimea.

**Keywords:** museum, tourism, mass events, museum activity, tourist attraction.

**For citation:** Verkhovskaya, S. Promotion of the cultural heritage sites. Experience of Alupka museum-reserve / S. Verkhovskaya // Prospects of tourism development in modern conditions: global trends and regional contexts : materials of the III Int. sci.-pract. conf., Minsk, 28 Sept. 2023 / National Agency for Tourism ; ed.: I. Voronovich (chair.) [et al.]. – Minsk, 2023. – P. 28–34.

В современных реалиях музей перестал быть исключительно хранилищем истории. В стремительно меняющемся мире функции музея не ограничиваются хранением и экспозиционной деятельностью. Современный музей – институция, в первую очередь сохраняющая и популяризирующая культурную идентичность народа, наш культурный код.

В XIX в. имение Воронцовых в Алушке по праву считалось местом притяжения выдающихся деятелей культуры, писателей, артистов, исполнителей и поэтов. Голубая гостиная с ее праздничным декоративным убранством являлась идеальным местом для устройства домашних спектаклей, а на знаменитой Альгамбре Воронцовского

дворца проходили летние музыкальные вечера, выступление на которых считалось огромной ответственностью и честью.

Традиции, заложенные первовладельцами имения, знаменитыми и благодаря своей социальной активности, нашли свое продолжение в настоящем. О летней резиденции генерал-губернатора графа Михаила Воронцова уже в XIX в. активно писали в путевых записках и воспоминаниях пилигримы. Эти произведения становятся первыми упоминаниями и первыми изданиями, популяризирующими диковинный дворец Южного берега Крыма.

Общезвестен тот факт, что современные музеи выполняют важную функцию – сохраняют накопленный историко-культурный опыт человека и транслируют его в современность доступными музейными способами. В современных условиях, когда информация стала общедоступной и ее получение не составляет особого труда, музеи испытывают острую необходимость в трансформации и адаптации средств взаимодействия с аудиторией. В условиях быстроменяющегося мира музеи также должны проявлять определенный темп взаимодействия с аудиторией, дабы оставаться интересными и востребованными у посетителя. Безусловно, восприятие музея как пыльного сундука с сокровищами ушло в небытие. Сейчас музей – пространство, призванное не только знакомить с опытом прошлого, но и стимулировать к созиданию, на примерах прошлого учиться новому и не повторять старые ошибки. Как мы видим, сегодня в музеях активно внедряются инновационные решения, целью которых является презентация и популяризация объекта культурного наследия. В данной статье я бы хотела остановиться на некоторых проектах Алушкинского музея-заповедника, направленных на популяризацию нашего культурного достояния.

В довольно обширном перечне методов популяризации объекта безусловным лидером считается выставочно-экспозиционная деятельность. Этот способ знакомства аудитории с объектом считается одним из основных и наиболее действенных. Экспозиция позволяет организовать представление о конкретном периоде истории, культуре или искусстве через музейные предметы. На территории Алушкинского музея-заповедника функционируют 20 стационарных и временных выставок. Благодаря соглашениям о сотрудничестве, заключенным с крупнейшими музейными учреждениями Российской Федерации, такими как усадьба «Архангельское», ГМЗ «Царицыно», Парк

«Монрепо», ГМЗ «Царское село», Калининградский областной историко-художественный музей и другими, выставочная деятельность музея стала гораздо более разноплановой. Мы имеем возможность как принимать предметы на нашей территории для экспонирования, так и направлять свои музейные предметы для участия в совместных проектах на площадках музеев-партнеров. Благодаря подобного рода межмузейному сотрудничеству повышается туристическая привлекательность как музея, так и региона в целом.

Говоря об экспозиционной работе, нельзя обойти вниманием и внедряемые инновационные методы. Отдельно хотелось бы отметить создание виртуальных туров по экспозициям учреждения. Виртуальное посещение помогает гостям познакомиться с интерьерами и интересными фактами из истории имения и его владельцев. Также на финальной стадии разработки находится мультимедийный проект музея, посредством которого посетители смогут «прогуляться» по самому посещаемому музею Крыма в своем мобильном устройстве. Подобная гибкость использования традиционных средств популяризации объекта с инновационными подходами позволяет привлечь внимание и создать музейное пространство новой формации для поколения музейных посетителей, получающих информацию преимущественно из своего телефона. Одним из способов привлечения молодежной аудитории является проведение онлайн-трансляций мероприятий. В данном контексте стоит упомянуть проект «Прогулки по музеям онлайн», реализуемый совместно с Департаментом образования Москвы. Благодаря этому проекту окунуться в атмосферу музея могут школьники Москвы и Московской области.

Еще одним способом популяризации объекта является издательская деятельность. В Алушкинском музее на протяжении многих десятилетий проводятся научно-практические конференции, организованные как самим музеем, так и в партнерских отношениях с другими представителями культурологического сообщества. Венчает проведенное мероприятие публикация сборников научных статей. Данные издания интересны в первую очередь специалистам: историкам, краеведам, музейщикам.

Для этой же аудитории интерес представляют и каталоги коллекций музея. Одним из последних является каталог фарфора «Фарфор и керамика XVIII–XX веков», изданный музеем и объединивший в себе многолетний труд научных сотрудников.

Неизменный интерес у гостей учреждения вызывает литература мемориального характера. Это и мемуары музейных сотрудников разного периода, и обзоры знаковых событий из жизни музея под редакцией научного коллектива.

Нельзя обойти вниманием и наши воспроизведенные издания, одним из самых ярких примеров которого является «Дом и хозяйство. Сочинение Марии Ределин». Оригинал, являющийся частью музейной коллекции, характеризует быт дворянской усадьбы XIX в., в котором собраны интересные хитрости по обустройству быта и приготовлению изысканных блюд. Интересным является и тот факт, что даже в наше время некоторые советы не теряют своей актуальности.

И конечно, самыми востребованными со стороны гостей музея являются информационные буклеты и живописные открытки, в легкой для восприятия форме знакомящие с характерными особенностями объектов показа Алушкинского музея-заповедника. Эти издания наиболее часто приобретают в качестве памятного сувенира.

Особое внимание уделяется детской аудитории. Специально для наших юных гостей мы создали книгу «Невероятные приключения в волшебном Воронцовском дворце». В понятной, игровой форме она рассказывает о волшебном путешествии Феди и Сони в Воронцовском дворце. Интересные факты о музее переплетаются с творческим видением давно ушедшей эпохи, что увлекает юных читателей мир исторических приключений.

Говоря об издательской деятельности как об одном из способов популяризации объекта, необходимо отметить важность данного направления и как инструмента презентации объекта на площадках в других регионах страны. В частности, издания Алушкинского музея приняли участие в Хабаровской книжной ярмарке, состоявшейся в мае 2023 г. Как свидетельствуют отзывы посетителей ярмарки, интересные и яркие печатные издания музея вызвали большой интерес и приковали внимание участников.

Еще одним действенным способом популяризации объектов культурного наследия является организация и проведение событийных мероприятий. Нынешний Алушкинский музей продолжает традиции основателей имения. В Алушкинском музее-заповеднике визитной карточкой летней культурной жизни стали концерты и театральные постановки, которые реализуются на протяжении многих лет и заслужили горячую любовь жителей и гостей Крыма. В качестве примера



стоит отметить музыкальные проекты «Под сенью воронцовского платана» и «В Массандровском дворце чарующее музыки звучанье...». Эти проекты отдадут дань традиции творческих вечеров, заложенной владельцами южнобережного имения. Стоит отметить, что в XIX в. залы дворца всегда были своеобразным центром творческой жизни. Так, Голубая гостиная с ее праздничным декоративным убранством являлась идеальным местом для устройства домашних спектаклей. Здесь читали свои стихи Василий Андреевич Жуковский, Яков Петрович Полонский, Владимир Григорьевич Бенедиктов, Алексей Константинович Толстой. Сюда приглашались лучшие виртуозы-музыканты и певцы итальянской оперы. В теплые летние вечера открывались балконные двери, и можно было пройти в еще один открытый в просторы моря зал, особенно любимый Елизаветой Ксаверьевной Воронцовой, на знаменитую «Альгамбру» Воронцовского дворца.

В конце XIX в. Алупка стала буквально местом паломничества писателей, поэтов, художников. Сюда приезжали Исаак Левитан, Алексей Петрович Боголюбов, Василий Иванович Суриков, Константин Дмитриевич Бальмонт. Однажды, на последнем в сезоне концерте, во время гастролей Мамонтовской оперы в августе 1898 г. тут присутствовали Антон Павлович Чехов и Иван Алексеевич Бунин, а на сцене пел Федор Иванович Шаляпин под аккомпанемент Сергея Васильевича Рахманинова. Именно эти события и послужили отправной точкой для возрождения традиции вечеров классической музыки. В данных мероприятиях принимают участие как крымские артисты, представители Крымской государственной филармонии и Крымского концертного отделения, так и ярчайшие таланты из Санкт-Петербургского Дома музыки.

Способствует популяризации учреждения и участие в просветительских акциях общероссийского уровня. Так, проведение всероссийских акций «Ночь музеев» и «Ночь искусств» с приуроченному к этой акции проекту «Мистерии диабазового замка» стало доброй традицией и ярким событийным мероприятием. В 2022 и 2023 г. мы также осуществляли онлайн-трансляции мероприятий, осуществленных в рамках данных акций, что положительно повлияло на увеличение аудитории официальных ресурсов музея в сети Интернет.

Еще одним способом популяризации объектов культурного наследия является создание музейных праздников. В качестве примера стоит отметить музейный праздник под названием «Лавандовая рапсодия императорской Массандры». Ежегодно в июне Массандровскому

дворцу, созданному в традициях французских замков, особое очарование придает пышно цветущая лаванда.

Музейное просветительское мероприятие можно образно разделить на две части: научную и событийную. Официальную часть мероприятия открыло пленарное заседание «Особенности флоры русских имений и усадеб в XIX века. Новая парковая эстетика», в рамках которого выработаны варианты совместной деятельности с учреждениями, направленные на консолидацию усилий по сохранению исторического и культурного наследия. По завершении пленарного заседания начались событийные мероприятия.

Всего в празднике лаванды, состоявшемся 21 июня 2023 г., приняли участие более тысячи человек. В этот день наши гости смогли погрузиться в сказочную лавандовую атмосферу. В цикле мероприятий была атмосферная и ароматная экскурсия по лавандовому полю императорского имения, яркие фотозоны с древесными арками, уютными цветочными уголками, полюбоившийся нашими гостями лавандовый велосипед и, конечно, принцесса праздника – юная, благоухающая лаванда.

В сонме различных активностей гостей ждали мастер-классы по созданию бутоньерки и венка из лаванды, куклы из сена, панно из мха и ароматного саше. Особо притягательна для гостей была уютная резиденция гнома под кроной векового дерева. Именно там можно было получить добрые предсказания будущего от сказочного персонажа.

Для самых юных посетителей был организован «Волшебный огород». В этой локации юные искатели могли окунуться в поиск волшебных овощей на живописном придворцовом лугу.

Ярким акцентом праздника стал прекрасный концерт в исполнении Севастопольского военного оркестра.

По окончании путешествия в сказочном лавандовом дворце каждый гость смог забрать с собой ароматные рукотворные сувениры лавандовой ярмарки, но самое главное – отличное настроение и букет положительных эмоций, таких же ярких, как и цветущая лаванда.

Подводя итог своего информационного сообщения, хочу отметить, что в условиях реалий активная презентация объектов культуры является неотъемлемой частью развития учреждения. Внедрение инновационных форм в совокупности с традиционными способами популяризации позволяют добиться узнаваемости объекта, расширить аудиторию и создать точку притяжения культурной жизни региона. Все эти факторы влияют на создание комфортной среды пребывания на объекте и положительного облика региона в целом.

## **ЭКСКУРСИОННАЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ НАЦИОНАЛЬНОЙ БИБЛИОТЕКИ БЕЛАРУСИ КАК ФАКТОР ПАТРИОТИЧЕСКОГО ВОСПИТАНИЯ ПОДРАСТАЮЩЕГО ПОКОЛЕНИЯ**

**Л. В. Комаровская**

Государственное учреждение  
«Национальная библиотека Беларуси»,  
пр. Независимости, 116, 220114,  
г. Минск, Беларусь, komarovskaya@nlb.by

**Аннотация.** В статье рассматривается экскурсионная деятельность Национальной библиотеки Беларуси как одно из важнейших составляющих социокультурной деятельности, направленной на патриотическое воспитание молодежи. Особое внимание уделяется экскурсиям «Помнім боль і страты твае, Беларусь...» и «Беларусь моя синеокая».

**Ключевые слова:** Национальная библиотека Беларуси, экскурсионная деятельность, социокультурный центр, патриотическое воспитание.

**Образец цитирования:** Комаровская, Л. В. Экскурсионная деятельность Национальной библиотеки Беларуси как фактор патриотического воспитания подрастающего поколения / Л. В. Комаровская // Перспективы развития туризма в современных условиях: мировые тенденции и региональные контексты : материалы III Междунар. науч.-практ. конф., Минск, 28 сент. 2023 г. / Национальное агентство по туризму ; редкол.: И. Н. Воронович (предс.) [и др.]. – Минск, 2023. – С. 35–40.

# EXCURSION ACTIVITIES OF THE NATIONAL LIBRARY OF BELARUS AS A FACTOR OF THE PATRIOTIC EDUCATION OF THE GROWING GENERATION

L. Komarovskaya

State Institution «National Library of Belarus»,  
Niezaliežnasci Avenue, 116, 220114,  
Minsk, Belarus, komarovskaya@nlb.by

**Annotation.** The article considers the excursion activities of the National Library of Belarus as one of the most important components of social and cultural activities aimed at the patriotic education of young people. Particular attention is paid to the excursions «Remember the pain and loss of your, Belarus...» and «My blue-eyed Belarus».

**Keywords:** National Library of Belarus, excursion activities, social and cultural center, patriotic education.

**For citation:** Komarovskaya, L. Excursion activities of the National Library of Belarus as a factor in the patriotic education of the younger generation / L. Komarovskaya // Prospects for the development of tourism in modern conditions: global trends and regional contexts : materials of the III Int. sci.-pract. conf., Minsk, 28 Sept. 2023 / National Agency for Tourism ; ed.: I. Voronovich (chair.) [et al.]. – Minsk, 2023. – P. 35–40.

В современном мире как никогда актуальна проблема патриотического и духовно-нравственного воспитания, формирования бережного отношения к традициям национальной культуры. Патриотизм – это преданность и любовь к своей Родине и к своему народу, гордость за их прошлое и настоящее, готовность к их защите [2, с. 28]. Важно с раннего детства знакомить подрастающее поколение с историей своей Родины, прививать чувство гордости и патриотизма, любви к Отчизне.

В Программе патриотического воспитания населения Республики Беларусь на 2022–2025 гг., утвержденной постановлением Совета Министров Республики Беларусь 29.12.2021 № 773, определены цели и задачи, выполнение которых осуществляется в том числе через проведение мероприятий, направленных на популяризацию исторических мест и выдающихся людей – выходцев из Беларуси [4, с. 8].

Национальная библиотека Беларуси (далее – Библиотека) в своей деятельности уделяет внимание патриотическому воспитанию подрастающего поколения: проводятся различные мероприятия, выставки, конкурсы. Следует отметить, что экскурсии культурно-познавательной направленности выступают эффективным инструментом в процессе патриотического воспитания, поскольку их приоритетной задачей является знакомство с историей и культурой нашей страны.

В Библиотеке проводится более 30 видов экскурсий, во время которых на различных этапах происходит знакомство с культурными ценностями белорусского народа.

В экскурсионной деятельности Библиотеки применяется дифференцированный подход: учитывается возраст целевой аудитории, ее особенности восприятия информации и цель посещения Библиотеки. Информация подается в увлекательной форме с элементами интерактива. Благодаря этому, экскурсии пользуются постоянным спросом.

С 2016 г. Библиотека реализовывает проект «Славутыя імёны Бацькаўшчыны», который представляет собой цикл интерактивных учебно-познавательных экскурсий, посвященных классикам белорусской литературы и деятелям культуры, и рассчитан в первую очередь на педагогов и учащихся учреждений образования. Он направлен на решение образовательных, патриотических и духовно-нравственных задач и знакомит подрастающее поколение с историей и культурой родного края, прививает любовь к Родине, ее героическому и историческому прошлому.

Проект «Славутыя імёны Бацькаўшчыны» ежегодно дополняется новыми именами, что дает возможность посещать Библиотеку в течение нескольких лет подряд и каждый раз знакомиться с новой информацией, которая не повторяется, о жизни и творчестве ярких представителей белорусской литературы и культуры. Так, за последние три года цикл экскурсий «Славутыя імёны Бацькаўшчыны» был дополнен экскурсиями, посвященными биографии В. Быкова, Ф. Богусевича, Е. Полоцкой и по темам «Помнім боль і страты твае, Беларусь...» (творчество А. Кулешова, Максима Танка, П. Панченко периода Великой Отечественной войны и произведения военной тематики И. Шамякина), «Беларусь моя синеокая», «Гуканне вясны», «К. Мицкевич (Якуб Колас) и К. Ушинский».

Во время экскурсии проекта «Славутыя імёны Бацькаўшчыны» посетители знакомятся с архитектурными особенностями здания

Библиотеки, ее информационными ресурсами и услугами. Часть экскурсии проходит в форме интерактивного занятия с использованием мультимедийной презентации и тематических заданий: учащиеся принимают участие в литературной викторине, используя электронные планшеты, разгадывают кроссворды, складывают тематические пазлы. Вниманию экскурсантов предлагается специально подготовленная книжная выставка по творчеству видного деятеля белорусской культуры, на которой представлены книги, плакаты, календари, открытки и фотографии разных лет из фондов Библиотеки. Экскурсанты получают уникальную возможность ознакомиться с прижизненными изданиями белорусских писателей.

Структура экскурсий мобильная и может быть дополнена информацией об истории и культурном наследии региона, где родился или творил выдающийся деятель белорусской литературы и культуры, демонстрацией одной из серий анимационного фильма «Аповесць мінулых гадоў», повествующей об истории возникновения герба города данного региона, мастер-классом.

Каждая экскурсия проекта «Славутыя імёны Бацькаўшчыны» имеет свою специфику и уникальность. Так, при поведении экскурсии, посвященной жизненному пути и издательской деятельности Ф. Скорины, в Музее книги посетители знакомятся с оригиналами Библии Ф. Скорины, которые по праву считаются жемчужиной коллекции Библиотеки. Во время проведения экскурсий, посвященных биографии Янки Купалы, Якуба Коласа, М. Богдановича, экскурсантам демонстрируются оригиналы первых изданий писателей из фондов Библиотеки. В читальном зале рукописей, редкой книги и старопечатных изданий демонстрируется уникальное прижизненное издание единственного поэтического сборника М. Богдановича «Вянок» с дарственной надписью, сделанной рукой поэта, и книги с автографами М. Шагала. Использование этих материалов не только пробуждает интерес к Библиотеке, желание в дальнейшем стать ее пользователем, но и вызывает чувство гордости за свою Родину, красоту ее природы и родной язык.

Важной составляющей патриотического воспитания подрастающего поколения является тема Великой Отечественной войны, которая широко представлена в проекте «Славутыя імёны Бацькаўшчыны». Так, во время проведения экскурсии, посвященной творчеству Янки Мавра, особое внимание уделяется книге «Нікогда не забудем»,

в основу которой положены воспоминания детей о Великой Отечественной войне. Это произведение способствует формированию чувства патриотизма, что особенно актуально в современных реалиях.

В 2020 г. к 75-летию Победы в Великой Отечественной войне была разработана экскурсия «Помнім боль і страты твае, Беларусь...», посвященная творчеству А. Кулешова, М. Танка, П. Панченко периода Великой Отечественной войны. В 2021 г. она была дополнена разделом «Произведения военной тематики И. Шамякина». Во время интерактивной части экскурсии учащиеся получают возможность ознакомиться с книгами этих авторов из фондов Библиотеки, увидеть уникальные изобразительные документы (фотографии, открытки, плакаты, боевые листки), в том числе изданные в 1940-е гг.

На территории нашей Родины находится множество уникальных объектов природы, истории и культуры, знакомство с которыми способствует воспитанию патриотизма. С целью популяризации культурного наследия и исторического прошлого нашей Родины в 2022 г. проект «Славутыя імёны Бацькаўшчыны» был дополнен темой «Эпоха Возрождения», благодаря которой экскурсанты знакомятся с архитектурными памятниками, выдающимися деятелями и книгопечатанием периода Ренессанса. Первыми экскурсантами стали участники Пилотного проекта по организации и проведению экскурсий, утвержденного постановлением Совета Министров Республики Беларусь 30.11.2021 № 681. Его цель – совершенствование образовательного процесса, формирование уважения к культурно-историческому наследию и традициям белорусского народа, укрепление нравственных качеств молодежи [4, с. 1]. Экскурсия по теме «Эпоха Возрождения» состоит из нескольких разделов. Во время ее проведения экскурсанты знакомятся с архитектурными памятниками эпохи Возрождения, которые отображены в художественном оформлении Библиотеки, с историческими личностями этого времени и белорусским книгопечатанием.

В 2022 г. к 100-летию Библиотеки была подготовлена экскурсия с использованием IT-технологий «Беларусь моя синеокая». Благодаря использованию QR-кодов, экскурсанты могут прикоснуться к истории, посмотреть видеofilm о самых трагических страницах нашей истории – Великой Отечественной войне.

В 2023 г. подготовлена экскурсия, приуроченная к 140-летию Якуба Коласа и 200-летию Константина Ушинского – «Константин Мицкевич (Якуб Колас) и Константин Ушинский: педагогическая

деятельность». Два великих педагога в своих разработках обосновывали важность воспитания патриота. Так, К. Ушинский считал, что патриотизм является не только важной задачей воспитания, но и могучим педагогическим средством [1, с. 81]. Якуб Колас писал: «Нет у человека ничего прекраснее и дороже Родины. Человек без Родины – нищий человек». Всем своим творчеством великий белорусский песнярь содействовал формированию настоящего патриота своей страны.

Таким образом, экскурсионная деятельность Библиотеки является одним из актуальных средств патриотического воспитания подрастающего поколения. Ее необходимо рассматривать не только как экономически выгодное направление деятельности, но и как средство педагогического и культурного воздействия на личность, использовать ее ресурсы для формирования чувства патриотизма, любви и уважения к Родине.

### Список литературы

1. Кирюханцев, К. А. Экскурсия как средство патриотического воспитания учащихся общеобразовательных школ / К. А. Кирюханцев, И. А. Гизатова // Педагогика: традиции и инновации : материалы II Междунар. науч. конф. Челябинск, окт. 2012 г. – Челябинск, 2012. – С. 80–82.
2. Молчанова, Н. В. Туристская деятельность как фактор патриотического воспитания / Н. В. Молчанова // Вестн. ассоц. вузов туризма и сервиса. – 2016. – Т. 10, № 2. – С. 27–30.
3. О пилотном проекте по организации и проведению экскурсий [Электронный ресурс] : постановление Совета Министров Респ. Беларусь, 30 нояб. 2021 г., № 681 // Национальный правовой Интернет-портал Республики Беларусь. – Режим доступа: <https://pravo.by/document/?guid=12551&p0=C22100681&p1=1>. – Дата доступа: 12.06.2023.
4. Программа патриотического воспитания населения Республики Беларусь на 2022–2025 гг. [Электронный ресурс] : постановление Совета Министров Респ. Беларусь, 29 дек. 2021 г., № 773 // Национальный правовой Интернет-портал Республики Беларусь. – Режим доступа: <https://pravo.by/document/?guid=12551&p0=C22100773&p1=1>. – Дата доступа: 12.06.2023.



## **ЭКСКУРСИОННО-ПРОСВЕТИТЕЛЬСКИЙ ПРОЕКТ «ОМСКЛИТЕРАТУР» КАК ИНСТРУМЕНТ РАЗВИТИЯ РЕГИОНАЛЬНОГО КУЛЬТУРНОГО ТУРИЗМА**

**Е. В. Кулагина<sup>1</sup>, О. В. Лукина<sup>2</sup>, И. Е. Карасев<sup>3</sup>**

Федеральное государственное автономное образовательное  
учреждение высшего образования  
«Омский государственный технический университет»,  
пр-т Мира, 11, 644050, г. Омск, Россия,  
<sup>1</sup>klen1000@mail.ru, <sup>2</sup>lookina@list.ru, <sup>3</sup>igor200617@yandex.ru

**Аннотация.** В статье рассматриваются вопросы, связанные с реализацией проекта «ОмскЛитераТур», направленного на развитие и популяризацию литературного туризма в Омском регионе. Авторы делятся опытом реализации проекта, освещают его направленность, обозначают цели и задачи, характеризуют проведенные мероприятия.

**Ключевые слова:** культурный туризм, литературный туризм, литературные места Омска, омские писатели, ОмскЛитераТур.

**Образец цитирования:** Кулагина, Е. В. Экскурсионно-просветительский проект «ОмскЛитераТур» как инструмент развития регионального культурного туризма / Е. В. Кулагина, О. В. Лукина, И. Е. Карасев // Перспективы развития туризма в современных условиях: мировые тенденции и региональные контексты : материалы III Междунар. науч.-практ. конф., Минск, 28 сент. 2023 г. / Национальное агентство по туризму ; редкол.: И. Н. Воронович (предс.) [и др.]. – Минск, 2023. – С. 41–47.

# EXCURSION AND EDUCATIONAL PROJECT «OMSKLITERATUR» AS A TOOL FOR THE DEVELOPMENT OF REGIONAL CULTURAL TOURISM

E. Kulagina<sup>1</sup>, O. Lukina<sup>2</sup>, I. Karasev<sup>3</sup>

Federal State Autonomous Educational Institution of Higher  
Education «Omsk State Technical University»,  
Mira Avenue, 11, 644050, Omsk, Russia,

<sup>1</sup>klen1000@mail.ru, <sup>2</sup>lookina@list.ru, <sup>3</sup>igor200617@yandex.ru

**Annotation.** The article deals with issues related to the implementation of the OmskLiteraTour project aimed at developing and popularizing literary tourism in the Omsk region. The authors share their experience in the implementation of the project, highlight its direction, outline goals and objectives, characterize the activities carried out.

**Keywords:** cultural tourism, literary tourism, literary places of Omsk, Omsk writers, Omsk literature.

**For citation:** Kulagina, E. Excursion and educational project «OmskLiteraTur» as a tool for the development of regional cultural tourism / E. Kulagina, O. Lukina, I. Karasev // Prospects of tourism development in modern conditions: global trends and regional contexts : materials of the III Int. sci.-pract. conf., Minsk, 28 Sept. 2023 / National Agency for Tourism ; ed.: I. Voronovich (chair.) [et al.]. – Minsk, 2023. – P. 41–47.

Культурный туризм – это передвижения людей к местам культурных достопримечательностей с намерением собирать новую информацию и опыт для удовлетворения своих культурных потребностей.

К культурному туризму принято относить все виды путешествий, которые главным образом мотивированы стремлением к контакту с материальной и духовной культурой, отраженной в исторических памятниках, традиционной архитектуре и ремесле, в устном народном творчестве, музыке, языке, быте и традициях.

Просветительский проект «ОмскЛитераТур» направлен на развитие литературного туризма как одного из подвидов культурных путешествий.

С Омском связаны судьбы деятелей литературного искусства, известных не только в России, но и далеко за ее пределами. Среди них Ф. М. Достоевский, Т. М. Белозеров, П. Н. Васильев, Л. Н. Мартынов, Р. И. Рождественский, С. П. Залыгин, П. Л. Драверт, А. С. Сорокин, А. Кутилов, И. Ф. Анненский, П. Н. Ребрин и многие другие. На омской земле сохранилось много памятных мест, запечатлевших истории жизни поэтов и писателей.

Актуальность просветительского проекта «ОмскЛитераТур» подтверждается тезисом Стратегии государственной культурной политики на период до 2030 года:

«...Среди наиболее опасных проявлений гуманитарного кризиса в РФ является снижение интеллектуального и культурного уровня общества и деформация исторической памяти».

Реализация проекта предполагала решения следующих проблем:

- недостаточная освоенность литературного достояния Омского региона в контексте туристско-экскурсионной деятельности;
- утрата знаковых мест, связанных с именами известных литераторов и обладающих потенциальной туристской аттрактивностью;
- низкая литературная просвещенность молодого поколения.

Исходя из выявленных проблем были сформулированы ключевые цели проекта:

1. Повышение узнаваемости, популяризация и продвижение литературных брендов Омского региона.
2. Создание условий и инструментов развития литературного туризма, повышение туристской посещаемости знаковых мест литературного наследия Омского региона.

Таким образом, предполагалось ознакомить широкую аудиторию с известными литературными объектами, неразрывно связанными с именами и судьбами писателей, рассказать, какими литературными традициями может гордиться Омское Прииртышье, и погрузить людей в мир великой литературы на примере авторов, чья жизнь неразрывно связана с Омской областью.

Задача, стоящая перед коллективом в начале работы над проектом, заключалась в первую очередь в консолидации литературного потенциала нашего региона, сборе максимально полной информации о тех писателях, чьи судьбы так или иначе были связаны с нашим Омским Прииртышьем, а также в разработке новых туристских продуктов для разной целевой аудитории.

Последовательно были реализованы следующие мероприятия. Собрана и обработана информация о писателях и поэтах, оставивших след в литературной истории Омска.

В сборе краеведческого материала активное участие принимали студенты Омского государственного технического университета, обучающиеся по специальности «Туризм».

Результаты аналитических и поисковых работ стали основанием для проектирования маршрутов литературных экскурсий.

Были разработаны новые литературные пешеходные экскурсии по центральной части города Омска (рис. 1).



**Рис. 1. Организация и проведение литературных экскурсий в рамках проекта «ОмскЛитерТур»**

Учитывая территориальную удаленность знаковых литературных объектов друг от друга, а также роль цифрового и видеоконтента в продвижении и популяризации туристско-экскурсионных объектов, были разработаны видеоэкскурсии и создан электронный ресурс проекта.

При разработки виртуальных экскурсий в роли экскурсоводов побывали как преподаватели, так и студенты кафедры, обучающиеся на 1–4-х курсах. Для некоторых студентов это был первый опыт экскурсионной деятельности.

Было создано пять новых видеоэкскурсий:

- «Тимофей Белозеров и Роберт Рождественский: прогулки по омским улицам»;
- «Леонид Мартынов, Антон Сорокин: в поисках будущего, в мечтах о настоящем...»;
- «Омский острог Федора Михайловича Достоевского»;
- «Егор Летов: ГрОб: Зачем снятся сны?»;
- «Литературная экскурсия по исторической части города Омска». Экскурсии представлены в открытом доступе на сайте «ОмскЛитераТур».

Также на сайте можно познакомиться с записями литературных гостиных (рис. 2). Гостями данных мероприятий стали очевидцы литературных салонов, которые существовали в Омске в середине прошлого столетия, а также литераторы-краеведы и молодые литературные таланты.

Объектами внимания слушателей литературных гостиных стали такие известные имена, как Роберт Рождественский, Антон Сорокин, Аркадий Кутилов.



Рис. 2. Организация литературных гостиных

В социальных сетях были организованы литературные викторины, посвященные творчеству известных писателей.

Следует отметить, что «ОмскЛитераТур» был включен в акселератор проектов Агентства стратегических инициатив.

Эксперты помогли сфокусировать целевые аудитории проекта с точки зрения удовлетворения культурных интересов жителей и гостей города.

Таким образом, для решения заявленной проблемы были реализованы следующие решения:

- организация и проведение литературных гостиных и викторин;
- разработка новых литературных экскурсий;
- создание электронного ресурса, посвященного региональному литературному туризму.

Проект получил широкое освещение в СМИ (рис. 3). В Доме журналистов прошла пресс-конференция по итогам и перспективам реализации проекта.

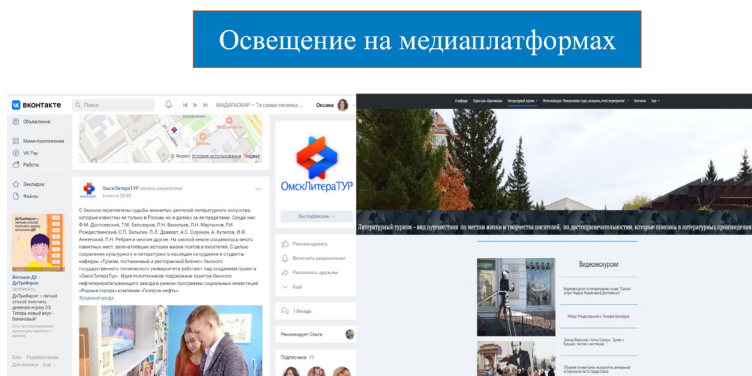


Рис. 3. Освещение проекта «ОмскЛитераТур» в СМИ

Проект «ОмскЛитераТур» презентован на форсайт-сессии международного туристско-транспортного форума «ОТДЫХ! OMSK», а также в рамках мероприятий Международной туристской выставки «Интурмаркет-2022» в городе Москве.

Ключевыми результатами проекта стали:

- усиление мотивации участников проекта к изучению культурного наследия;

- увеличение посещаемости культурных объектов, связанных с литературным наследием региона;
- дополнение электронного контента материалами о литературном наследии Омска;
- изменение отношения молодого поколения к культурным ценностям родного края;
- привлечение внимания общественности к сохранению знаковых литературных мест Омска.

Участники проекта приобрели новый опыт разработки литературных экскурсий. Молодые люди успешно выступили в роли экскурсоводов. Повысилась узнаваемость литературных объектов Омского региона.

Весной 2021 г. был организован всероссийский конкурс, посвященный литературному туризму.

Партнерами конкурса выступили Югорский государственный университет, Южно-Уральский государственный университет и Туристический информационный центр.

В данном конкурсе приняли участие более ста человек из разных субъектов Российской Федерации.

В перспективе конкурс туристских литературных проектов планируется проводить ежегодно.

Следует отметить, что проект подучил грантовую поддержку Омского нефтеперерабатывающего завода в рамках программы социальных инвестиций «Родные города» компании «Газпром нефть» и был поддержан Советом по развитию туризма Омской области.

## **СОЗДАНИЕ ЗЕЛЕННОГО МАРШРУТА ПО ЧАШНИКСКОМУ РАЙОНУ ПУТЕМ ОЦЕНКИ ЕГО ПРИРОДНОГО И ИСТОРИКО-КУЛЬТУРНОГО ПОТЕНЦИАЛА КАК ФАКТОРА РАЗВИТИЯ УСТОЙЧИВОГО ТУРИЗМА С ПРИМЕНЕНИЕМ ГИС-ТЕХНОЛОГИЙ**

**А. Ю. Лукашев<sup>1</sup>, К. А. Мазурина<sup>2</sup>, А. Е. Яротов<sup>3</sup>**

Белорусский государственный университет,

пр. Независимости, 4, 220030, г. Минск, Беларусь,

<sup>1</sup>grownunion@gmail.com, <sup>2</sup>kristina.mazurina.02@mail.ru,

<sup>3</sup>yarotau@gmail.com

**Аннотация.** В статье проводится оценка природного и историко-культурного потенциала Чашникского района. Путем исследования возможных привлекательных туристических объектов района, с помощью ГИС-технологий, создается и визуализируется пробный зеленый маршрут, который в перспективе может стать частью сети зеленых маршрутов Республики Беларусь.

**Ключевые слова:** устойчивый туризм, зеленый маршрут, ГИС, Чашникский район.

**Образец цитирования:** Лукашев, А. Ю. Создание зеленого маршрута по Чашникскому району путем оценки его природного и историко-культурного потенциала как фактора развития устойчивого туризма с применением ГИС-технологий / А. Ю. Лукашев, К. А. Мазурина, А. Е. Яротов // Перспективы развития туризма в современных условиях: мировые тенденции и региональные контексты : материалы III Междунар. науч.-практ. конф., Минск, 28 сент. 2023 г. / Национальное агентство по туризму ; редкол.: И. Н. Воронович (предс.) [и др.]. – Минск: 2023. – С. 48–55.



# CREATION OF A GREENWAY IN THE CHASHNIKI DISTRICT, BY ASSESSING ITS NATURAL AND HISTORICAL-CULTURAL POTENTIAL AS A FACTOR IN THE DEVELOPMENT OF SUSTAINABLE TOURISM, USING GIS-TECHNOLOGIES

A. Lukashou<sup>1</sup>, K. Mazuryna<sup>2</sup>, A. Yarotov<sup>3</sup>

Belarusian State University,

Niezaliežnasci Avenue, 4, 220030, Minsk, Belarus,

<sup>1</sup>grownunion@gmail.com, <sup>2</sup>kristina.mazurina.02@mail.ru,

<sup>3</sup>yarotau@gmail.com

**Annotation.** The article assesses the natural and historical-cultural potential of the Chashniki District. By researching possible attractive tourist sites in the area, using GIS-technologies, a trial Greenway is created and visualized, which in the future can become part of the network of Greenways of the Republic of Belarus.

**Keywords:** sustainable tourism, greenway, GIS, Chashniki District.

**For citation:** Lukashou, A. Creation of a Greenway in the Chashniki District, by assessing its natural and historical-cultural potential as a factor in the development of sustainable tourism, using GIS-technologies / A. Lukashou, K. Mazuryna, A. Yarotov // Prospects for the development of tourism in modern conditions: global trends and regional contexts : materials of the III Int. sci.-pract. conf., Minsk, 28 Sept. 2023 / National Agency for Tourism ; ed.: I. Voronovich (chair.) [et al.]. – Minsk, 2023. – P. 48–55.

Устойчивый туризм охватывает все аспекты туристического опыта, включая заботу о экономических, социальных и экологических проблемах, а также улучшение впечатлений туристов и удовлетворение потребностей местного сообщества. Эта концепция стремится сохранить природу, обеспечить социальную справедливость, улучшить качество жизни, сохранить культурное разнообразие и обеспечить экономическое благополучие и процветание для всех. Особую роль в развитии устойчивого туризма играют зеленые маршруты.

Зеленые маршруты – greenways – новый инновационный инструмент развития туризма, основанного на принципах устойчивого развития. Он позволяет создавать привлекательные, информативные, доступные и безопасные туристические маршруты на основе использования местных ресурсов, потенциала природного и историко-культурного наследия, привлечения местных инициатив, пропаганды здорового образа жизни и сохранения окружающей среды, что способствует устойчивому социально-экономическому и экологически безопасному развитию региона и росту благосостояния местного сообщества [1].

Зеленый маршрут как сложное многофункциональное образование включает в себя следующие основные составляющие.

*Общая идея и тематика зеленого маршрута.* Это первая и очень важная составляющая, которая должна объединять в единое целое разнообразные и разнородные элементы маршрута, которые размещаются на всей туристической продукции, имеющей отношение к маршруту.

*Главная ось маршрута, сеть тематических троп и локальных петель.* Должны быть выбраны или специально подготовлены безопасные для немоторизованного передвижения трассы, которые соединяют рекомендованные для посещения на зеленом маршруте и его тематических петлях объекты, интересные и ценные с точки зрения природного, культурно-исторического и духовного наследия, памятники, местные достопримечательности, эстетически привлекательные ландшафтные виды.

*Местные инициативы по охране природного и культурного наследия.* Насыщенность локальными инициативами, осуществляемыми местными сообществами, является одной из главных особенностей зеленых маршрутов. Наиболее популярными местными инициативами на зеленых маршрутах являются экомuzeи, музеи в школах, центры экологического обучения [1].

Природный и историко-культурный потенциал любой территории является основой для всех видов туризма, в том числе и для создания зеленых маршрутов.

Природный потенциал охватывает все природные составляющие территории, такие как уникальные и эталонные ландшафты, водные объекты, лесные массивы, в том числе ООПТ и памятники природы разного значения.

Историко-культурный потенциал включает в себя как объекты материального наследия, представляющие собой различные исторические сооружения, объекты, связанные с различного рода событиями, а также известными людьми, так и объекты нематериального рода, которые отражают ценности, традиции и обычаи населения данной территории.

Работа по созданию зеленого маршрута по Чашникскому району состояла из следующих этапов:

– оценка природного и историко-культурного потенциала района путем:

- создания базы данных природных и историко-культурных объектов района;
- создания картосхемы с выявленными объектами;
- характеристика пространственного распределения объектов;
- разработка концепт-проекта маршрута, т. е. общей идеи и тематики;

– непосредственно создание самого зеленого маршрута:

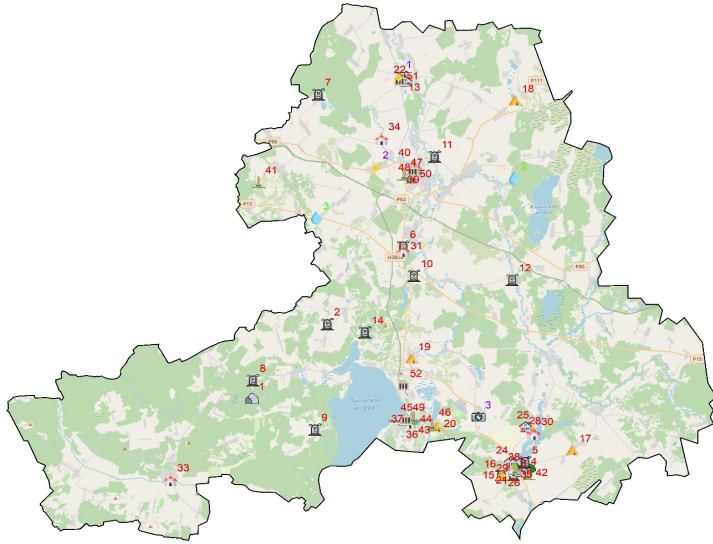
- отбор наиболее привлекательных объектов-показа из созданной ранее базы данных;
- составление оптимальной линии маршрута;
- создание картосхемы зеленого маршрута.

База данных объектов показа была создана в таком ресурсе, как Google Таблицы. В нее вошли природные (6) и историко-культурные (материальные (51) и нематериальные (5)) объекты.

На основании данной базы данных была составлена картосхема природных и историко-культурных объектов района (рис. 1).

Надо отметить, что в связи с отсутствием координат некоторых из объектов на картосхему (рис. 1) было нанесено только 60 объектов (6 природных, 51 материальный и 3 нематериальных историко-культурных объекта).

Из полученной картосхемы можно сделать вывод о характеристике пространственного распределения объектов по территории района. Так, из рисунка 1 видно, что наибольшая концентрация объектов наблюдается в г. Новолукомле и аг. Череея. Не такая большая, но тоже существенная концентрация заметна в г. Чашники и аг. Иванске. В целом, можно отметить, что природные и историко-культурные объекты разбросаны по всей территории Чашникского района.



**Легенда**

Граница района

**Объекты**

**Природные**

- Геологические
- Ботанические
- Гидрологические

**Историко-культурные**

**Материальные**

- Камни (Валуны) с легендами и приданиями, урочища
- Каменные священные кресты, кладбища, братские могилы и курганы
- Стоянки, поселения, городища
- Древние здания, усадьбы, замки
- Храмы
- Памятники и мемориальные комплексы
- Музеи

**Нематериальные**

- Фольклор
- Прочее

7 200 3 600 0 7 200 Метры

**Рис. 1. Картосхема природных и историко-культурных объектов Чашниковского района**

Далее был разработан концепт-проект будущего зеленого маршрута. В ходе коллективной работы будущий маршрут получил название «Чашніцкія зоркі», помимо этого был разработан логотип маршрута (рис. 2).



**Рис. 2. Логотип зеленого маршрута «Чашніцкія зоркі»  
Чашникского района**

Разработанный зеленый маршрут «Чашніцкія зоркі» знакомит с богатством и разнообразием природного и историко-культурного наследия местности, ее традициями, что и отражено в созданном логотипе. Форма логотипа – открытая книга, заполненная историей, а звезды – достопримечательности, ради которых и будут приезжать туристы и любители путешествий по малоизвестным и загадочным местам Чашникского района.

Надо отметить, что данный логотип является неким прототипом, т. к. по закону только местные жители обладают правом выбирать символику подобного рода продуктов, созданный же логотип может являться одним из множества вариантов, которые могут быть предложены местными представителями.

Важной и неотъемлемой частью зеленого маршрута является отбор объектов показа. С учетом особенностей их расположения и доступности для туристов в маршрут были включены следующие объекты:

- природные;
- ботанические: сиреневая аллея, липовая аллея, альтанка;
- историко-культурные материальные: городище древнего города Лукомль, усадебно-парковый комплекс Володковичей, усадьба Милошей, костел Марии Магdalены, руины церкви Покрова, Троицкая

(Белая) церковь, памятник воинам-интернационалистам, государственное учреждение «Чашникский исторический музей», Чашникский дом ремесел, музей Лукомльской ГРЭС, Иванский дом фольклора;

– историко-культурные нематериальные: традиционное блюдо «Борщ с клецками» (на базе Проземлянського сельского клуба-библиотеки), посещение д. Стражевичи

В конечном итоге маршрут включил в себя 17 объектов показа. Кроме того, была добавлена отправная, она же и конечная точка маршрута – автостанция Новолукомль, поэтому в совокупности маршрут имеет 18 точек. Разработанный зеленый маршрут имеет кольцевую форму, протяженность около 95 км и проходит по всей территории района.

Завершающим этапом стало создание самого маршрута и его картосхемы (рис. 3). Картосхема маршрута включила только отобранные объекты и непосредственно сам маршрут.



**Рис. 3. Картосхема зеленого маршрута «Чашніцкія зоркі» Чашникского района**

В перспективе данная картосхема зеленого маршрута может стать основой для мобильного туристического приложения, а также может быть размещена на официальном сайте Чашникского райисполкома в разделе «Туризм».

ГИС-технологии являются важным инструментом для развития туристической деятельности, поэтому все картосхемы были созданы с помощью такого ГИС-ресурса, как ArcGIS, а именно ArcCatalog и ArcMap.

В первую очередь на основе подложки OpenStreetMap была оцифрована граница Чашникского района, далее в ArcCatalog были созданы персональные базы данных с объектами района и маршрута, после этого на одну из картосхем был нанесен непосредственно сам маршрут, завершающим этапом стала компоновка картосхем.

Рассматривая созданные картосхемы Чашникского района, можно отметить благоприятное для устойчивого туризма, как в природном, так и в экономическом плане, географическое положение. Природное наследие Чашникского района полностью удовлетворяет условиям устойчивого туризма. Рассмотрев историко-культурное достояние района, можно отметить большое количество достопримечательностей (материальных и нематериальных).

Инфраструктура Чашникского района является важным фактором для развития зеленого туризма. Она служит основой для удовлетворения потребностей туристов и обеспечивает доступность и комфортность посещения природных объектов. Однако, на сегодняшний день степень развития инфраструктуры в Чашникском районе не достаточна для развития зеленого туризма, поэтому требует дополнительных улучшений.

Таким образом, район имеет хороший потенциал и возможности для развития конкурентоспособного туристического рынка. Из реестра объектов можно отметить, что Чашникский район обладает огромным количеством достопримечательностей и не оставит равнодушным ни одного туриста.

### Список литературы

1. Яротов, А. Е. Роль охраняемых природных территорий в развитии экологического туризма в Республике Беларусь (на примере Воложинского района) / А. Е. Яротов, Н. В. Гагина // Заповедное дело в Республике Беларусь: итоги и перспективы : материалы Междунар. науч.-практ. конф., посвящ. 85-летию Березинского биосферного заповедника, 22–25 сент. 2010 г., п. Домжерицы, Респ. Беларусь. – Бел. дом печати, 2010. – С. 271–275.

**ЭКСКУРСІЯ З ЭЛЕМЕНТАМІ  
ТЭАТРАЛІЗАЦЫІ І КВЕСТА  
«АДВАЖНАЕ ПАДАРОЖЖА МІКАЛАЯ  
ХРЫСТАФОРА РАДЗІВІЛА СІРОТКІ»  
ЯК АДНА З ФОРМ ПАПУЛЯРЫЗАЦЫІ  
ГІСТОРЫКА-КУЛЬТУРНАЙ СПАДЧЫНЫ  
Ў ТУРЫСТЫЧНАЙ ДЗЕЙНАСЦІ**

**В. І. Мазалеўскі**

Дзяржаўная ўстанова

«Нацыянальны гісторыка-культурны музей-запаведнік “Нясвіж”»,  
вул. Ленінская, 19, 222603, г. Нясвіж, Беларусь,  
viachaslau80@tut.by

**Анотацыя.** Прадстаўлена кароткая характарыстыка адной з найбольш папулярных музейных праграм, якія арганізуюцца падчас асенніх і вясенніх школьных канікул на базе Нацыянальнага гісторыка-культурнага музея-запаведніка «Нясвіж», – экскурсіі з элементамі тэатралізацыі і квеста «Адважнае падарожжа Мікалая Хрыстафора Радзівіла Сіроткі».

**Ключавыя словы:** музей, музейная педагогіка, тэатралізацыя, тэатралізаваныя праграмы, дзіцячая аўдыторыя.

**Узор цытавання:** Мазалеўскі, В. І. Экскурсія з элементамі тэатралізацыі і квеста «Адважнае падарожжа Мікалая Хрыстафора Радзівіла Сіроткі» як адна з форм папулярныяцыі гісторыка-культурнай спадчыны ў турыстычнай дзейнасці / Мазалеўскі, В. І. // Перспектывы развіцця турызма в современных условиях: мировые тенденции и региональные контексты : материалы III Междунар. науч.-практ. конф., Минск, 28 сент. 2023 г. / Национальное агентство по туризму ; редкол.: И. Н. Воронович (предс.) [и др.]. – Минск, 2023. – С. 56–66.



# EXCURSION WITH ELEMENTS OF THEATRICAL I «THE COURAGEOUS JOURNEY OF NIKOLAI CHRISTOPHER GAVE BIRTH TO ORPHANS» AS ONE OF THE FORM OF PROMOTION HISTORICAL AND CULTURAL HERITAGE IN TOURIST ACTIVITIES

V. Mazaleuski

State Institution «National Historical and Cultural Museum-Reserve “Nyasvizh”»,  
Leninskaya Street, 19, 222603, Niasvizh, Belarus,  
viachaslau80@tut.by

**Annotation.** A brief description of one of the most popular museum programs organized during the autumn and spring school holidays on the basis of the National Historical and Cultural Museum-Reserve «Nyasvizh» is presented – an excursion with elements of theater and the quest «The Brave Journey of Mykola Hristofor Radzivil Sirotka».

**Keywords:** museum, museum pedagogy, theatricalization, theatrical programs, children’s audience.

**For citation:** Mozolevsky, V. Excursion with elements of the atricalization and the quest «Brave journey of Mikalai Khristafor Radzivil Sirotka» as one of the forms of popularization of historical and cultural heritage in tourist activities / V. Mozolevsky // Prospects for the development of tourism in modern conditions: global trends and regional contexts : materials of the III Int. sci.-pract. conf., Minsk, 28 Sept. / National Agency for Tourism ; ed.: I. Voronovich (chair.) [et al.]. – Minsk, 2023. – P. 56–66.

У сучасных умовах музейныя праграмы з элементамі тэатралізацыі заслужана заваявалі папулярнасць сярод дзіцячай аўдыторыі музеяў дзякуючы сваёй арыгінальнасці і яркасці. Яны сталі адной з найважнейшых форм папулярызацыі гісторыка-культурнай спадчыны ў турыстычнай дзейнасці. Шматлікія музейныя ўстановы маюць у сваім арсенале некалькі тэатралізаваных праграм, накіраваных на дзіцячую аўдыторыю, а таксама актыўна праводзяць тэатралізаваныя святы і спектаклі.



**Фота 1. Рашэнне рэбуса дзецьмі падчас правядзення экскурсіі з элементамі тэатралізацыі і квеста «Адважнае падарожжа Мікалая Хрыстафора Радзівіла Сіроткі», лістапад 2021 г.**

На базе Нацыянальнага гісторыка-культурнага музея-запаведніка «Нясвіж» была асвоена такая форма музейнай праграмы, як экскурсія з элементамі тэатралізацыі і квеста. Перад падрабязным вывучэннем зместу дадзенай праграмы нам неабходна разабрацца са значэннем дадзенага паняцця. А. В. Равава дае наступнае вызначэнне тэрміна: «Квест – гэта гульня, падчас якой удзельнікі вырашаюць лагічныя задачы, выконваюць пошук неабходнай інфармацыі, вучацца працаваць з інфармацыйнымі рэсурсамі, знаходзіць карысную інфармацыю і прымяняць яе» [1, с. 15].



**Фота 2. Вядучы спецыяліст па музейна-педагагічнай дзейнасці Нацыянальнага гісторыка-культурнага музея-запаведніка «Нясвіж» Вячаслаў Іванавіч Мазалеўскі і навучэнка Нясвіжскага дзяржаўнага каледжа імя Якуба Коласа Настасся Грыб праводзяць экскурсію з элементамі тэатралізацыі і квеста, лістапад 2021 г.**

У музеі-запаведніку «Нясвіж» вынайшлі ўласную адмысловую форму дзіцячай праграмы. Тут злучылі экскурсію, тэатралізацыю і квест. Адсюль з'явілася форма і поўная назва праграмы – экскурсія з элементамі тэатралізацыі і квеста «Адважнае падарожжа Мікалая Хрыстафора Радзівіла Сіроткі». Сама назва праграмы ненадакучліва падкрэслівае характар і від дзейнасці, якую павінны будучы выконваць яе ўдзельнікі – маленькія наведвальнікі музея.



**Фота 3. Спецыяліст па прыёме заказаў Нацыянальнага гісторыка-культурнага музея-запаведніка «Нясвіж» Марына Генадзеўна Цішчанка праводзіць экскурсію з элементамі тэатралізацыі і квеста, лістапад 2021 г.**

Экскурсія з элементамі тэатралізацыі і квеста «Адважнае падарожжа Мікалая Хрыстафора Радзівіла Сіроткі» праводзіцца супрацоўнікамі музея-запаведніка з дапамогай навучэнцаў Нясвіжскага дзяржаўнага каледжа імя Якуба Коласа падчас асенніх і вясенніх школьных канікул. Праграма разлічана на розныя ўзроставыя групы, але найбольш цікавай будзе для вучняў малодшых і сярэдніх класаў.



**Фота 4. Эканомка Катажына і служанка Марыся, Паўлюкавец Паліна – навучэнка Нясвіжскага дзяржаўнага каледжа імя Якуба Коласа, лістапад 2021 г.**

Дзеянне праграмы пачынаецца ў адной з першых экспазіцыйных зал, вялікай каміннай. Дзіцячыя групы, загадзя падрыхтаваныя экскурсаводам, сустракаюць дзве гераіні – эканомка Катажына і служанка Марыся. Яны сакрэтнічаюць паміж сабою, быццам не бачачы таго, што адбываецца навокал, а потым, калі ўбычылі дзяцей, просяць у іх дапамогі ў зборы прадуктовай пасылкі для князя Мікалая Хрыстафора Сіроткі. Але ёсць адна акалічнасць: у пасылку неабходна пакласці для адпраўкі толькі тыя прадукты, якія падарожнікі змогуць ужываць падчас посту. У зборы гэтай пасылкі эканомцы і служанцы павінны дапамагчы дзеці. Катажына і Марыся ўслых чытаюць назвы розных прадуктаў, а маленькія наведвальнікі музея хорам называюць прадукты, якія можна пакласці ў пасылку, а якія не (дадатак 1).

Пасля таго як дзеці дапамогуць эканомцы і служанцы, яны атрымаюць ад іх рэбус, які неабходна рашыць. Гэты рэбус з'яўляецца састаўной часткай задання, якое ім неабходна будзе выканаць у самым канцы музейнай праграмы. Правільны адказ для рашэння фінальнага

задання можна атрымаць толькі пасля таго, як будуць рэшаны ўсе тры рэбусы (дадатак 2).



**Фота 5. Рашэнне рэбуса дзецьмі падчас правядзення экскурсіі з элементамі тэатралізацыі і квеста «Адважнае падарожжа Мікалая Хрыстафора Радзівіла Сіроткі», лістапад 2021 г.**

Асобна варта адзначыць, што дадзеная форма музейных праграм патрабуе як чалавечых рэсурсаў, так і матэрыяльных выдаткаў. Экскурсія з элементамі тэатралізацыі і квеста, у параўнанні з класічнай экскурсіяй, валодае вялікай колькасцю выразных сродкаў. М. В. Лапчанка апісвае перавагі падобнага роду экскурсій наступным чынам: «Тэатралізаваная экскурсія мяркуюе наяўнасць сцэнарнай эксплікацыі і выкарыстання розных атрыбутаў: гарнітураў, арыгіналаў, навадзелаў, выкарыстанне інтэрактыўных прыёмаў. Інтэрактыўная тэхналогія мае на ўвазе перадачу і ўспрыманне інфармацыі праз максімальную колькасць органаў пачуццяў. Апроч органаў зроку і слыху, нават у стандартнай экскурсіі могуць быць задзейнічаны смакавыя і тактыльныя адчуванні» [2, с. 42].



**Фота 6. Навучэнцы Нясвіжскага дзяржаўнага каледжа імя Якуба Коласа. У ролі князя Мікалая Хрыстафора Сіроткі – Глеб Граждзіеру і княгіня Крысціны Еўфіміі – Аляксандра Жаўрыд, лістапад 2021 г.**

Сцэнічная рэалізацыя падобнай праграмы ў прасторы музея патрабуе ад музейных супрацоўнікаў рашэння некалькіх важных задач. У першую чаргу, патрабуецца арганізаваць сцэнічную пляцоўку ў музейнай прасторы. Найбольш лагічным з’яўляецца варыянт выкарыстання музейнай экспазіцыі ў ролі «натуральнага» афармлення. У сваёй рабоце М. В. Лапчанка адзначае: «Дэкарацыямі становіцца сама навакольная прастора. Менавіта месца дыктуе правілы размяшчэння вялікай колькасці глядачоў, размяшчэння дэкарацый, тэхнічных сродкаў, месца выхаду артыстаў. Велізарную ролю адыгрываюць не толькі архітэктурныя асаблівасці пляцоўкі, кліматычныя ўмовы, але таксама асацыяцыі, якія нараджаюцца дадзеным пэўным месцам» [2, с. 41]. Афармленнем сцэнічнай пляцоўкі могуць выступыць як буйныя прадметы экспазіцыі на адкрытым паветры, так і ўнутраны інтэр’ер экспазіцыйных залаў.



**Фота 7. Вядучы спецыяліст па музейна-педагагічнай дзейнасці музея-запаведніка «Нясвіж» Вячаслаў Іванавіч Мазалеўскі ўзнагароджае навучэнцаў каледжа імя Якуба Коласа за дапамогу ў правядзенні экскурсіі з элементамі тэатралізацыі і квеста «Адважнае падарожжа Мікалая Хрыстафора Радзівіла Сіроткі», лістапад 2021 г.**

Аналіз часткі экскурсіі з элементамі тэатралізацыі і квеста «Адважнае падарожжа Мікалая Хрыстафора Радзівіла Сіроткі» паказваў, што яна арганічна спалучае ў сабе не толькі элементы музейнай экспазіцыі, але і рэжысуры масавых відовішчаў (тэатралізацыю). Праца над тэатралізаванай музейнай праграмай кожны раз спалучана з пошукам індывідуальных рашэнняў для такіх праблем, як: арганізацыя сцэнічнай пляцоўкі і адбор выразных сродкаў рэжысуры тэатралізаванага прадстаўлення ў музеі, падрыхтоўка актёраў і падбор сцэнічных касцюмаў, напісанне тэкстаў.

На жаль, складана сказаць, ці ёсць сярод беларускіх музеяў своеасаблівыя «перадавікі» па распрацоўцы і апрацацы тэатралізаваных праграм. Часцей за ўсё музеі займаюцца ўкараненнем нейкай вызначанай тэатралізаванай формы. Таму працэс асваення тэатралізаваных праграм айчыннымі музеямі далёкі да свайго завяршэння.

## Спис лігатуры

1. Алексеева, Н. Д. Квест-экскурсия как инновационная форма экскурсионной деятельности / Н. Д. Алексеева, Е. Д. Рябов // Вектор науки Тольяттинского гос. ун-та. Сер. Педагогика, психология. – 2015. – № 1. – С. 14–17.
2. Лапченко, Н. В. Театрализация в музейной сфере как феномен современной культуры / Н. В. Лапченко // Театрализованные праздники в контексте современных тенденций развития культуры : матер. Междунар. науч.-практ. конф. (Хабаровск, 6–7 апр. 2016 г.). – Хабаровск : Изд-во Хабаровск. гос. ин-та культуры, 2016. – С. 36–44.

## Дадатак 1

### Сцена I. Большой каминный зал

**Экскурсовод.** *(при переходе в Большой каминный зал)* В следующем, Большом каминном зале, вы увидите радзивилловскую экономку Катажину и служанку Марысю, давайте послушаем, о чем они говорят.

**Катажина.** *(идет в сторону камина)* Марыся, ты уборку в зале уже закончила?

**Марыся.** *(заканчивает вытирать пыль)* Да, пани Катажина, уже закончила. Все вокруг чисто: ни пылинки, ни соринки вы не найдете.

**Катажина.** Ну, раз уборку ты окончила и все чисто, то можно и поговорить.

**Марыся.** Ой, как мне с вами, пани Катажина, нравится секретничать. Вот помните, пани, как в сентябре прошлого, 1582 г. его мось князь Николай Христофор Радзивилл отправился в свое отважное путешествие в Святую землю, его мости захотелось посетить места, описанные в Библии.

**Катажина.** Да, действительно, отважное и смелое решение принял наш князь, задумав совершить это путешествие. Уже в ноябре он прибыл в Венецию и тут же направил письмо Римскому папе Григорию XIII.

**Марыся.** А что говорилось в том письме?

**Катажина.** Как что? К главе католической церкви было две просьбы: первая – дать Божье благословение...

**Марыся.** А вторая?

**Катажина.** А вторая – освободить от некоторых церковных ограничений в еде.



**Марьяся.** Каких таких ограничений в еде?

**Катажина.** Римский папа дал разрешение на употребление яиц и молочных продуктов во время поста.

**Марьяся.** Сейчас я все поняла. Это было сделано для того, чтобы Николаю Христофору и его спутникам было легче переносить тяготы путешествия.

**Катажина.** Ой, ой! Заговорила я с тобою. Совсем вылетело из головы у меня. Нам необходимо выслать для князя Николая Христофора и его спутников посылку с продуктами, которые они смогут есть во время поста.

**Марьяся.** Пани Катажина, что мне делать? Я не знаю, какие продукты нужно положить в посылку.

**Катажина.** Как ты не знаешь, какие продукты можно есть во время поста?! А пускай тебе собрать посылку с продуктами для князя Николая Христофора и его спутников помогут ребята!

**Марьяся.** Это очень хорошая идея, пани Катажина.

**Катажина.** Мы будем называть продукты, которые есть у нас, а ребята будут говорить, можно ли их положить в посылку.

**Марьяся.** Если вы мне можете, то я подарю вам очень ценную вещь. Перед отъездом ее мне дал князь Николай Христофор. Что это, я не знаю, но вам, думаю, пригодится.

**Катажина.** Колбаса свиная, брюссельская капуста, козий сыр, рыбный паштет из окуня, грибы подосиновики и подберезовики, грецкие орехи.

**Марьяся.** Рыба свежемороженая, капуста белокочанная, колбаса из мяса птицы, яйца перепелиные, чеснок зимний, яблоки и груши осенние.

**Катажина.** В период поста христианам можно есть овощи, фрукты, крупы, грибы, орехи, мед и варенье. Но они не должны употреблять мясо животных и птиц, рыбу и морепродукты.

**Марьяся.** Я вспомнила! Кроме того, запрещается есть яйца и молочные продукты, выпечку и шоколад.

**Катажина.** Совершенно верно, Марьяся, но Римский папа Григорий XIII дал разрешение на употребление яиц и молочных продуктов во время поста князю Николаю Христофору. Поэтому козий сыр и перепелиные яйца можно положить в посылку.

**Марьяся.** А вот и обещанный подарок за вашу помощь. Я думаю, что он вам пригодится.

**Катажина.** До свидания, ребята.

**Марьяся.** Доброго вам пути.

## Дадатак 2

**Ребус – необходимо сложить со следующими буквами**  
Имя Римского папы, который дал разрешение  
на употребление яиц и молочных продуктов во время поста  
князю Николаю Христофору Радзивиллу Сиротке  
(*только первые три буквы*).

## **ТУРИСТИЧЕСКИЙ ПОТЕНЦИАЛ ГОРОДИЩА НА МЕНКЕ**

**Д. В. Морозов**

Государственное учреждение  
«Национальное агентство по туризму»,  
ул. Кирова 8, корп. 2, комн. 910, 220030,  
г. Минск, Беларусь, dzmitry\_marozau@yahoo.com

**Аннотация.** В статье анализируется текущее состояние археологического комплекса на р. Менке, а также рассматриваются перспективы его использования в туризме после проведения комплексного научного исследования. Автор приводит наиболее релевантные отечественные и зарубежные примеры музеев под открытым небом, на опыт которых можно опираться при дальнейшем развитии комплекса на р. Менке.

**Ключевые слова:** Минск, Менка, городище, скансен, Беларусь, археология, историко-культурный туризм.

**Образец цитирования:** Морозов, Д. В. Туристический потенциал городища на Менке / Д. В. Морозов // Перспективы развития туризма в современных условиях: мировые тенденции и региональные контексты : материалы III Междунар. науч.-практ. конф., Минск, 28 сент. 2023 г. / Национальное агентство по туризму ; редкол.: И. Н. Воронович (предс.) [и др.]. – Минск, 2023. – С. 67–73.

## **THE POTENTIAL OF THE HILLFORT UPON MENKA IN TOURISM**

**D. Marozau**

State Institution «National Tourism Agency»  
8–2 Kirova Street, office 910, 220030, Minsk, Belarus,  
dzmitry\_marozau@yahoo.com

**Annotation.** The article analyzes the current state of the archaeological complex on the Menka River and considers the prospects for its use in tourism after a comprehensive scientific study. The author presents the

most relevant domestic and foreign examples of open-air museums, the experience of which can be relied on in the further development of the complex on the Menka River.

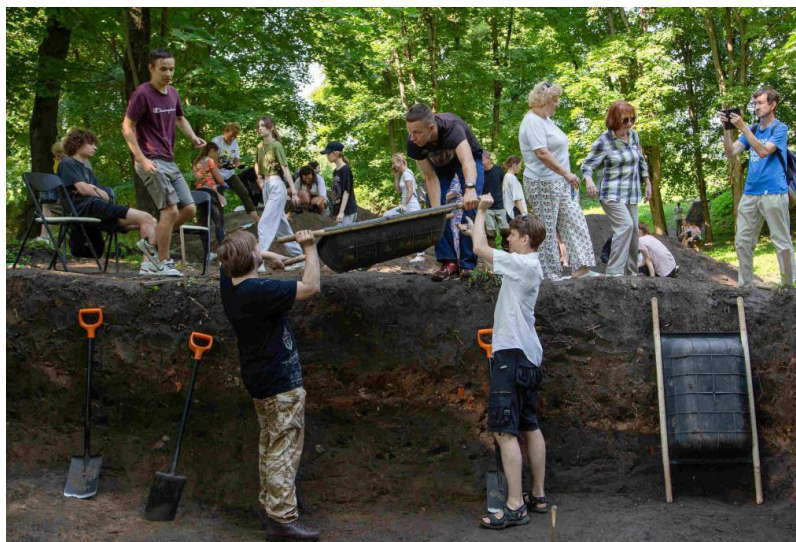
**Keywords:** Minsk, Menka, hillfort, skansens, Belarus, archaeology, historical and cultural tourism.

**For citation:** Marozau, D. The Potential of The Hillfort Upon Menka in Tourism / D. Marozau // Prospects of tourism development in modern conditions: global trends and regional contexts : materials of the III Int. sci.-pract. conf., Minsk, 28 Sept. 2023 / National Agency for Tourism ; ed.: I. Voronovich (chair.) [et al.]. – Minsk, 2023. – P. 67–73.

Дискуссии о том, где именно зарождалась белорусская столица, на берегах Менки или Немиги, стали причиной активизации археологических исследований в д. Городище Щомыслицкого сельсовета Минского района в 2023 г. [1]. Данные исследования должны пролить свет на загадку об изначальном месте возникновения Минска и расширить багаж знаний о ранней истории Минщины. Вне зависимости от окончательного вердикта ученых уже сейчас можно утверждать, что данный объект представляет ценность для отечественного туризма. С 1980-х гг. существует контрольный текст и технологическая карта экскурсии «Город на Менке», которая была обновлена в 2006 г. Т. В. Биндель [2]. Данный маршрут предусматривает как посещение Минского замчища в районе современной площади 8 марта, так и археологического комплекса на р. Менке. После окончания раскопок и формулирования планов по дальнейшему использованию этого важного историко-культурного памятника Национальное агентство по туризму проведет очередное обновление данного текста.

С точки зрения туристической привлекательности уже сейчас комплекс вызывает положительные отклики у экскурсантов благодаря хорошо сохранившимся земляным валам, живописной речке Менке, установленным информационным стендам и весьма уместным малым архитектурным формам. По причине того, что комплекс находится вдали от городской застройки, экскурсоводам легче создать в представлении туристов образ деревянного поселения X–XII вв., опираясь на специальные методические приемы показа и рассказа. Особенно удачным дополнением к экскурсиям в период археологических раскопок на памятнике является возможность общения с учеными и непосредственное участие экскурсантов в работе экспедиции.

Такая практика была отработана 15 августа 2023 г. в рамках семинара Национального агентства по туризму по вопросам включения археологического наследия Беларуси в историко-культурный туризм для руководителей (представителей) туристических организаций, экскурсоводов, гидов-переводчиков, преподавателей туристических дисциплин, а также представителей СМИ. В рамках семинара группа совместно с сотрудниками Института истории НАН Беларуси на протяжении двух часов после обзорной экскурсии по комплексу принимала участие в процессе раскопок (рис. 1). Мужчины могли поработать с лопатой и носилками в раскопе, а женщины – поучаствовать в переборке материалов. Все работы сопровождались комментариями ученых.



**Рис. 1. Участие в раскопках в д. Городище на р. Менке 15 августа 2023 г. в рамках семинара Национального агентства по туризму по вопросам включения археологического наследия Беларуси в историко-культурный туризм [3]**

После этого экскурсантам были представлены наиболее интересные находки в рамках полевой выставки, а для полного погружения

в исследуемую эпоху было организовано театрализованное представление от клуба исторической реконструкции «Волат». Реконструкторы показали типичные виды средневекового боя на разных видах оружия, объяснили различие между местными и византийскими образцами посуды, приготовили еду и напитки по рецептам X–XII вв., а также провели ремесленные мастер-классы [3].

По сути, такое сочетание компонентов экскурсии можно использовать в качестве эксклюзивного туристического продукта. Для системной работы, безусловно, требуется музеефикация памятника на основании полученных учеными сведений. Наиболее актуальной для комплекса представляется модель скансена – музея под открытым небом, представляющем деревянную застройку X–XII вв.

Отечественным примером уже реализованных музеев является Археологический музей под открытым небом в Беловежской пуще. Он представляет собирательный образ, состоящий из нескольких экспозиций, гармонично расположенных на компактной территории: первобытные стоянки эпохи каменного века, поселение бронзового века, городище позднего бронзового, раннего железного века, древнегерманское подворье железного века, славянское поселение раннего Средневековья [4]. Данный музей строился на основании лучшего зарубежного и отечественного опыта, с перспективой проведения тематических событийных мероприятий и мастер-классов, для которых был закуплен весь необходимый инвентарь. Однако насыщенность Беловежской пущи альтернативными туристическими аттракциями, а также удаленность от Минска не позволяют проводить анимационные мероприятия на постоянной основе. Силами же только сотрудников музея, без привлечения реконструкторов, «оживить» такой масштабный комплекс просто невозможно. Следует также отметить, что большинство туристов направляется в Беловежскую пущу на короткое время, отдавая приоритет ознакомлению с природным богатством национального парка, и не всегда находит возможность посетить археологический музей.

Удачным решением представляется модель, взятая за основу функционирования «Археологического центра славян и викингов Винета-Волин» в Польше. По данному комплексу разработан весьма информативный виртуальный тур (рис. 2), дающий возможность ознакомиться с застройкой центра и анимационным наполнением [5].



**Рис. 2. 3D-тур по археологическому центру славян и викингов  
Винета-Волин [5]**

Существует календарь событий, во время которых центр заполнен представителями клубов исторической реконструкции из разных стран. Многие клубы размещаются в постройках, которые они возвели сами для себя во время проведения фестивалей и мастер-классов. Реконструкторы также имеют возможность заработать во время таких мероприятий, продавая свои изделия и фотографируясь с туристами. Это позволяет обеспечить аутентичную и «живую» атмосферу в комплексе на протяжении всего туристического сезона.

Благодаря относительно близкому расположению археологического комплекса на р. Менке к Белорусскому государственному музею народной архитектуры и быта в аг. Озерцо, представляется целесообразным дополнить экспозицию данного музея средневековым блоком в д. Городище [6]. Для проведения мероприятий в туристический сезон возможно рассмотреть волинскую модель по привлечению к сотрудничеству реконструкторов на длительной и системной основе.

Создание действующего музея «живой истории» в д. Городище сможет обеспечить устойчивый туристический поток за счет того, что именно в столице сосредоточено большинство туристов. Посещение д. Городище удобно в логистическом плане, в рамках

радиальных маршрутов из Минска. Подобные экскурсии востребованы самой широкой аудиторией, особенно школьниками. Рассказ о городище на р. Менке присутствует как в рамках, пожалуй, наиболее востребованной в стране обзорной экскурсии по Минску, так и практически во всех текстах экскурсий, проходящих по трассам М1 и М6. Таким образом, при развитии комплекса информация о нем будет систематически распространяться экскурсоводами и гидами-переводчиками при работе на связанных маршрутах, что обязательно будет содействовать росту количества посетителей и самого городища на р. Менке.

Несмотря на ряд удачных попыток создания археологических музеев различных форматов в Республике Беларусь, ниша полноценного музея «живой истории» под открытым небом, посвященного периоду становления белорусской государственности, пока еще остается вакантной. Городище на р. Менке по совокупности факторов представляется наиболее удачным местом для создания подобного научного и туристического центра.

Наиболее актуальная научная информация об археологическом комплексе на р. Менке, подготовленная Институтом истории Национальной академии наук Республики Беларусь, размещена на сайте Национального агентства по туризму в разделе «Важные документы» [7].

#### **Список использованных источников**

1. Будет масштабно. В Городище возобновили раскопки [Электронный ресурс] // Минское областное унитарное предприятие «Информационное агентство “Минская правда”», редакция газеты «Прысталічча». – Режим доступа: <https://pristalica.by/18042023/budet-masshtabno-v-gorodishhe-vozobnovili-raskopki>. – Дата доступа: 25.08.2023.
2. Перечень экскурсий на русском, белорусском и иностранных языках [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.belarustourism.by/ekskursovodam-i-gidam/perechen-kontrolnykh-tekstov-ekskursiy-na-russkom-belorusskom-i-inostrannykh-yazykakh>. – Дата доступа: 25.08.2023.
3. Итоги выездного семинара по археологическому наследию Беларуси [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.belarustourism.by/news/itogi-vyeznogo-seminara-po-arkheologicheskomu-naslediyu-belarusi>. – Дата доступа: 25.08.2023.



4. Археологический музей под открытым небом [Электронный ресурс] // Национальный парк «Беловежская пуца». – Режим доступа: <https://npbp.by/tours/archaeological-museum-under-the-open-sky>. – Дата доступа: 25.08.2023.
5. Centrum Słowian i Wikingów Wolin Jomsborg Vineta [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://360.jomsborg-vineta.com>. – Дата доступа: 25.08.2023.
6. Беларускі дзяржаўны музей народнай архітэктурны і побыту [Электронны рэсурс]. – Рэжым доступу: <https://etna.by>. – Дата доступу: 25.08.2023.
7. Археологический комплекс на р. Менке: история и современность [Электронный ресурс]. – Режим доступа: [https://www.belarustourism.by/vazhnye-dokumenty/2\\_1-сжатый-сжаты\\_1\\_1.pdf](https://www.belarustourism.by/vazhnye-dokumenty/2_1-сжатый-сжаты_1_1.pdf). – Дата доступа: 25.08.2023.

**ЭТНОКУЛЬТУРНОЕ НАСЛЕДИЕ  
Г. П. ИВЕНЕЦ (ПО МАТЕРИАЛАМ  
ЭТНОГРАФИЧЕСКОЙ ЭКСПЕДИЦИИ  
2023 ГОДА СОТРУДНИКОВ И СТУДЕНТОВ  
ИСТОРИЧЕСКОГО ФАКУЛЬТЕТА  
БЕЛОРУССКОГО ГОСУДАРСТВЕННОГО  
УНИВЕРСИТЕТА)**

**И. В. Олюнина**

Белорусский государственный университет,  
пр. Независимости, 4, 220030, г. Минск, Беларусь,  
irinaolunina@yandex.ru

**Аннотация.** В статье рассматриваются элементы этнокультурного наследия г. п. Ивенец. Автор использует полевые этнографические материалы, собранные участниками экспедиции летом 2023 г.

**Ключевые слова:** Беларусь, Китай, этнографическая экспедиция, этнокультурное наследие.

**Образец цитирования:** Олюнина, И. В. Этнокультурное наследие г. п. Ивенец (по материалам этнографической экспедиции 2023 года сотрудников и студентов исторического факультета Белорусского государственного университета) / И. В. Олюнина // Перспективы развития туризма в современных условиях: мировые тенденции и региональные контексты : материалы III Междунар. науч.-практ. конф., Минск, 28 сент. 2023 г. / Национальное агентство по туризму ; редкол.: И. Н. Воронович (предс.) [и др.]. – Минск, 2023. – С. 74–79.

**ETHNOCULTURAL HERITAGE OF IVENETS  
(BY THE MATERIALS OF THE 2023  
ETHNOGRAPHIC EXPEDITION OF STAFF  
AND STUDENTS OF THE HISTORICAL  
FACULTY OF BELARUSIAN STATE  
UNIVERSITY)**

**I. Olunina**

Belarusian State University,  
Niezaliežnasci Avenue, 4, 220030, Minsk, Belarus,  
irinaolunina@yandex.ru

**Annotation.** The article deals with the elements of the ethnocultural heritage of Ivenets. The author uses field ethnographic materials collected by the expedition members in the summer of 2023.

**Keywords:** China, Belarus, historiography, ethnographic expedition, ethnocultural heritage.

**For citation:** Olunina, I. Ethnocultural heritage of Ivenets (by the materials of the 2023 ethnographic expedition of staff and students of the Historical Faculty of Belarusian State University) / I. Olunina // Prospects for the development of tourism in modern conditions: global trends and regional contexts : materials of the III Int. sci.-pract. conf., Minsk, 28 Sept. 2023 г. / National Agency for Tourism ; ed.: I. Voronovich (chair.) [et al.]. – Minsk, 2023. – P. 74–79.

Летом 2023 г. сотрудниками кафедры этнологии, музеологии и истории искусств исторического факультета Белорусского государственного университета была проведена выездная учебная этнографическая практика для студентов 1-го курса специальностей 1–21 03 01 «История (по направлениям)» и 1–23 01 12 «Музейное дело и охрана историко-культурного наследия (по направлениям)». Практика состоялась в г. п. Ивенец Воложинского района Минской области, руководство практикой осуществляли кандидаты исторических наук, доценты кафедры этнологии, музеологии и истории искусств исторического факультета Белорусского государственного университета Маховская Ирина Станиславовна, Михайлец Михаил Анатольевич и Олюнина Ирина Владимировна.

В ходе полевой работы было опрошено несколько десятков информантов разного возраста, которые поделились личными впечатлениями об истории и традициях местечка Ивенец, о совместных буднях и праздниках его жителей, о культурных и социальных трансформациях разных исторических периодов (рис. 1). Все интервью были оцифрованы и транскрибированы. Была также проведена визуальная фиксация полевого этнографического материала. Все собранные аудио-, видео- и фотоматериалы включены в архив кафедры этнологии, музеологии и истории искусств исторического факультета БГУ.



**Рис. 1. Студенты и сотрудники исторического факультета БГУ берут интервью у жителей Ивенеца**

Ивенец является родиной известного художника и скульптора Пупко Апполинария Флориановича (1893–1984). Его работы украшают местный музей, а память о его уникальном таланте жива в воспоминаниях людей:

– Апалінары Пупко, каторы быў проста настаўнікам у школе. Чарчэнне, рысаванне, маляванне. І ў свабодны час займаўся, была ў яго хобі – акрамя таго, што ён маляваў карціны, ён выразаў. І адразу скажу, што ў яго не было там нейкіх такіх прылад фэйных, каторыя там зараз, да. Выразаў ён інструментамі хірургічнымі. (Записано студентами исторического факультета БГУ в г. п. Ивенец Воложинского района Минской области Республики Беларусь 28.06.2023 от А. О. Дубровец, гл. хранителя фондов ГУ «Ивенецкий музей традиционной культуры».)

Архитектурное наследие Ивенца имеет богатую историю (рис. 2):

– Знаю, что завод был там... В белом, да. А что потом? Потом он стоял, пустовал. Ну, старые люди в основном спасали, потому что они... молились, ходили. В красном костел хотели, по-моему, вообще разобрать. А потом его спасла Ленинская библиотека: ее перевезли сюда и в красном разместили. Потом он остался существовать. Ну он позже был построен, чем этот самый, чым наш белый. (Записано студентами исторического факультета БГУ в г. п. Ивенец Воложинского района Минской области Республики Беларусь 28.06.2023 от Л. И. Капуста, преподавателя.)



**Рис. 2. Костел Св. Михаила Архангела и костел св. Алексея (белый и красный костелы)**

Местечко Ивенец прославилось своими гончарными изделиями (рис. 3), и сегодня уникальные технологии продолжают сохранять местные мастера:

– Ну так польский пан здесь организовывал гончарню... Ну Ивенец как бы был пропитан гончарством. Много было гончаров тут... в принципе, на каждой улице была артелька такая. Сначала были разрозненные, потом они артель создали, когда уже все гончары вместе. Кто-то на станке изготавливал, кто-то обжигал, там группами. Потом уже решили создать завод. Завод был хороший. Славился по всему Союзу, даже наших гончаров старых нет в общем-то в живых. Их вещи стоят в Москве в Манеже там, за границей там, в Монреале даже, читал. (Записано студентами исторического факультета БГУ в г. п. Ивенец Воложинского района Минской области Республики Беларусь 04.07.2023 от М. М. Коробкина, гончара.)



**Рис. 3. Образцы известной ивенецкой фляндровки хранятся в местном музее традиционной культуры**

В рамках практики был организован научно-практический семинар «Этнокультурное наследие Ивенца». В ходе семинара сотрудником Ивенецкой библиотеки Солтаном Игорем Александровичем была проведена обзорная экскурсия по г. Ивенец с посещением костелов св. Михаила и св. Алексея. Затем экскурсия продолжилась на базе ГУ «Ивенецкий музей традиционной культуры». Гончар Юрий Антонович Черепович показал воссозданную им по авторской технологии чашку XI в. (рис. 4). Сотрудниками ГУО «Ивенецкий центр творчества детей и молодежи» для студентов были организованы мастер-классы по гончарному делу. Кроме того, студенты изучили особенности работы Центра ремесел, включающего действующие мастерские по ткачеству, гончарству, кузнечному делу и обработке древесины.



**Рис. 4. Реконструкция археологической находки – чашки XI в.**

В ходе экспедиции были получены новые этнографические материалы для дальнейшего исследования, обработки, внедрения в учебный процесс кафедры этнологии, музеологии и истории искусств исторического факультета БГУ. В начале 2023/2024 учебного года по итогам практики на кафедре проведен научно-практический семинар, посвященный особенностям сохранения и популяризации этнокультурного наследия данного региона.

Участники экспедиции выражают искреннюю благодарность начальнику управления по образованию, спорту и туризму Воложинского райисполкома Крикало Татьяне Николаевне, директору Ивенецкой средней школы Кулак Юзефе Иосифовне, директору ГУО «Ивенецкий центр творчества детей и молодежи» Зайленковой Светлане Михайловне, директору ГУ «Ивенецкий музей традиционной культуры» Адамович Валентине Тадеушевне, а также всем сотрудникам указанных учреждений, которые оказывали активное содействие в успешном проведении этнографической экспедиции.

## **КИРПИЧНОЕ НАСЛЕДИЕ Г. БРЕСТА И ЕГО ТУРИСТИЧЕСКИЙ ПОТЕНЦИАЛ**

**А. П. Строкач**

Государственное учреждение образования «Брестский областной  
центр туризма и краеведения детей и молодежи»,  
пр. Машерова, 22, 220030, г. Брест, Беларусь, alexander.str90@gmail.com

**Аннотация.** В статье дается комплексное представление о наследии кирпичного стиля в архитектуре Бреста, проблемах сохранения и реставрации, возможном использовании в туристической сфере.

**Ключевые слова:** Брест, кирпичный стиль, архитектура, туризм.

**Образец цитирования:** Строкач, А. П. Кирпичное наследие г. Бреста и его туристический потенциал / А. П. Строкач // Перспективы развития туризма в современных условиях: мировые тенденции и региональные контексты : материалы III Междунар. науч.-практ. конф., Минск, 28 сент. 2023 г. / Национальное агентство по туризму ; редкол.: И. Н. Воронович (предс.) [и др.]. – Минск, 2023. – С. 80–93.

## **BRICK HERITAGE OF THE CITY OF BREST AND ITS TOURIST POTENTIAL**

**A. Strokach**

State Educational Institution  
«Brest Regional Center for Tourism and Local History  
of Children and Youth», Masherova Avenue, 22, 220030,  
Brest, Belarus, alexander.str90@gmail.com

**Annotation.** The article gives a comprehensive view of the heritage of the brick style in the architecture of Brest, the problems of conservation, and its possible use in the tourism sector.

**Keywords:** Brest, brick style, architecture, tourism.

**For citation:** Strokach, A. Brick heritage of the city of Brest and its tourism potential / A. Strokach // Prospects for the development of tourism in modern conditions: global trends and regional contexts : materials of



the III Int. sci.-pract. conf., Minsk, 28 Sept. 2023 / National Agency for Tourism ; ed.: I. Voronovich (chair.) [et al.]. – Minsk, 2023. – P. 80–93.

В последнее время Брест становится все более привлекательным городом для посещения туристами из разных регионов и стран, появляются новые туры и программы пребывания, возникают новые туристические маршруты. Знакомство с Брестом ранее, как правило, ограничивалось обзорной экскурсией и посещением территории Брестской крепости. На сегодняшний день гости города стремятся увидеть больше интересных достопримечательностей, побывать в историческом центре, увидеть детали архитектуры города, его планировку, застройку, скульптурные композиции, малые архитектурные формы. Пытаются найти нечто особенное и необычное в городе.

С первых моментов знакомства с городом закрадывается впечатление, что в Бресте нет большого количества старинных архитектурных зданий, а исторический центр можно пересечь за несколько минут. Однако, это не совсем так. Несмотря на сложную историческую судьбу, войны и лихолетья, перенос города на новое место в конце XIX в., Брест воссоздал архитектурный облик, а в начале XX в. приобрел целый ряд новых зданий в стиле эклектики, необарокко, неоклассицизма, модерна, стримлайна.

В архитектуре Бреста также заметный след оставил так называемый кирпичный стиль. В данной статье постараемся дать комплексное представление о ярчайших примерах кирпичного стиля Бреста, представить возможный туристический маршрут их посещения, остановиться на вопросах сохранения таких зданий и реставрации.

Кирпичный стиль, или промышленная готика<sup>1</sup>, – условное обозначение архитектуры нештукатуренных построек времен историзма на рубеже XIX–XX вв. Для кирпичного стиля характерна замена штукатурки и лепнины декором из нештукатуренного кирпича, использование натурального цвета и фактуры кирпича без последующей штукатурки или облицовки; а также облицовка высококачественным кирпичом, включая полихромный, с включением изразцов, терракотовых вставок, нередко с использованием природного камня.

---

<sup>1</sup> Промышленная готика – направление в псевдоготике, относящееся к концу XIX в., характеризующееся возрождением формального декора и (в ряде случаев) конструктивных особенностей готики. Активно использовалась при строительстве промышленных предприятий, зданий, сооружений.

В большинстве публикаций под кирпичным стилем понимается рационалистическое течение в архитектуре историзма [1, с. 462–463].

Истоки стиля нужно искать в кирпичной готике XVI в. В это время на территории Беларуси были построены десятки замков, крепостей, церквей и костелов. Многие из них сохранились до сегодняшнего дня.

Продолжение строительства построек с неоштукатуренными фасадами получило развитие в конце XVIII в. Однако оформление архитектурного направления относят ко 2-й половине XIX в., когда кирпич начал использоваться не только как строительный материал, но и как декор. На Западе в этом стиле работал ряд архитекторов, в том числе нидерландский архитектор Хендрик Петрюс Берлаге (1856–1934). На его творчество повлияли кирпичная архитектура Генри Ричардсона и модернистская архитектура Луиса Доменека-и-Монтанера [2].

Развитие капитализма 2-й половины XIX в. определило переворот в архитектуре городов и поместий Европы. Возникли новые типы зданий, заводы, фабрики, банки, торговые комплексы, строительство которых требовало новых архитектурных подходов.

В архитектуре Беларуси кирпичный стиль прошел несколько этапов:

- 1) от классицизма к неоготике (середина XIX в. – 1860-е гг.);
- 2) 1860–1890-е гг. – историзм (использование различных стилей, в том числе эклектики, русско-византийского стиля, течений Западной Европы, использование элементов национальных и религиозных культур);
- 3) 1890–1915-е гг. – возникновение на ретроспективно-эклектическом фоне новых архитектурных стилей: модерна и неоклассицизма [3].

В Бресте кирпичная эклектика оставила богатое архитектурное наследие, которому мы в повседневной жизни не всегда придаем значение. Импульс к развитию кирпичного строительства город получил в связи со строительством Брест-Литовской крепости и вынужденным переездом на новое место. Вокруг Бреста было построено довольно много кирпичных заводов, которые производили кирпич преимущественно для строительства Брестской крепости. Кирпичи с различными клеймами до сих пор можно найти в старых кварталах Бреста (рис. 1).



**Рис. 1. Кирпич с клеймом «КБЛ» (крепость Брест-Литовск), 1830–1850-е гг.**

Несомненно, ярчайшим представителем кирпичной архитектуры можно считать комплекс крепости Брест-Литовск. Большинство объектов на территории крепости было построено именно из кирпича. Период строительства Брест-Литовской крепости приходится на этап развития кирпичного декора, ряд объектов имеет очень богатое декорированное кирпичное оформление. Архитектура Госпитальных ворот Брестской крепости, например, имеет на своем фасаде ярко выраженные черты историзма: на фасаде представлены две зубчатые полубашни, оригинальные амбразуры со стрелковыми бойницами, облик ворот напоминает архитектуру средневековых крепостей (рис. 2).

Имеют ворота и свою легенду: утверждается, что военные инженеры зашифровали на фасаде ворот слово «Анна» несколько раз. Однако при внимательном рассмотрении технологии строительства, свойственной данному стилю, дается логичное объяснение такому приему кладки – здесь применен усовершенствованный прием техники замка<sup>2</sup>, применяемой для укрепления кладки.

---

<sup>2</sup> Замковый камень, замок (зам`ок) – клинообразный камень или кирпич в вершине свода или арки. Часто имеет орнаментальную или скульптурную обработку. Иногда превращается в декоративную деталь, украшающую арки и плоские переемычки.



**Рис. 2. Госпитальные (Холмские) ворота**

От месторасположения крепости просматривается определенный пешеходно-автомобильный туристический маршрут с посещением основных объектов архитектуры кирпичного стиля города.

По пути из крепости в город стоит обратить внимание на здание артиллерийской батареи, она была построена в 1888 г. и прикрывала Холмскую железную дорогу. Фасады строения имеют определенные элементы кирпичного декора. Батарея сохранилась в удовлетворительном состоянии, но нуждается в консервации и реставрации.

Различные объекты крепости (казармы, форты, батареи, погреба) расположены и за границей ее основной территории. Одним из таких объектов, выделяющимся нештукатуренным фасадом, является крепостная казарма, расположенная в самом центре города (ул. Ленина, 25). Объект на этом месте построен не случайно, правая сторона улицы относилась к эспланаде<sup>3</sup>, до 1915 г. здесь проходила граница города и крепости и находился казарменный городок. Казарма является прекрасным образцом кирпичной архитектуры и имеет декорированный фасад. В настоящее время казарма используется под жилье [5, с. 70].

---

<sup>3</sup> Эспланада (фр. esplanade от лат. explanare – выравнивать) – широкое открытое пространство перед крепостью. Чтобы затруднить нападение на крепость, пространство перед ней оставляли открытым, вырубая все деревья и запрещая строить дома. Из-за этого войска противника не могли приблизиться к крепости незамеченными или укрыться от обстрела.

В конце XIX – начале XX в. кирпичный стиль получает значительное развитие. В это время он начал использоваться не только для военных или промышленных объектов, но и для гражданской архитектуры, учреждений образования и здравоохранения.

Ярким образцом кирпичной эклектики в Бресте является здание бывшей еврейской больницы на ул. Белостокской (ныне ул. Советских Пограничников, 54). Здание построено по проекту архитектора Вильгельма Сроки в относительно простых формах, без лишних излишеств.

Авторству этого же архитектора принадлежит проект здания мужской гимназии имени цесаревича Алексея на ул. Дворянской (ул. Мицкевича, 28), ныне корпус Брестского государственного университета имени А. С. Пушкина.

В данном здании преобладают элементы, характерные для архитектуры псевдоготики. В декоре фасадов использован прием вознесения фронтонов над порталами, активно используются пилоны, имитирующие контрфорсы, оконные проемы воспринимаются как высокие витражи, фриз подчеркнут уступами кирпича. К сожалению, над зданием надстроен третий этаж, который существенно изменил восприятие первоначального проекта (рис. 3).



**Рис. 3. Бывшая мужская гимназия**

А вот стены здания имеют интересные особенности: на кирпичной кладке есть клейма мастера-производителя кирпича «AR» (расшифровывается как «Аарон Рабинович») [5, с. 54–55].

По аналогии с мужской гимназией третий (и четвертый) этаж был надстроен в двухэтажном кирпичном здании на ул. Куйбышева, 10, что существенно изменило его прежний облик. Помимо оригинального кирпичного фасада, здание выделяется также своим внутренним двором.

Недалеко от этого объекта расположено здание бывшей русской гимназии (ул. Куйбышева, 19), датировка строительства по документам – 1931 г., однако эта дата может быть неточной. Отличительной особенностью архитектуры данного здания является большое количество окон, этот прием реализован специально, т. к. здание предназначалось под учреждение образования. На данный момент в отреставрированном здании находится здание молодежного православного братства.

Уникальный образец кирпичной архитектуры с надстроенным третьим этажом сохранился на пересечении улиц Советской и Пушкинской. В период Российской империи в этом здании размещалась хирургическая клиника доктора Шульца. Считается, что доктор медицины Шульц первым в империи произвел успешную хирургическую операцию по удалению жира в данной клинике, а также применил хирургический массаж [7]. «За польским часом» в здании размещался магистрат города (орган городского самоуправления). Сегодня здесь стоматологическая поликлиника. Сейчас здание отреставрировано, стены окрашены с сохранением оригинальной текстуры декора кирпича.

Соседствует с этим зданием еще один довольно яркий образец кирпичного стиля – здание конца XIX в. (ул. Советская, 28). Ранее в этом здании располагались различные учреждения, по аналогии с предыдущим объектом здесь также со временем обрисовался третий этаж.

Наиболее значимым образцом кирпичной архитектуры Бреста стоит считать дом, построенный на ул. Медовой (ул. Карла Маркса, 11) (рис. 4). Исторических сведений о доме недостаточно, неясна датировка и история строительства. В многочисленных рассказах брестчан утверждается, что во время проведения мирных переговоров в годы Первой мировой войны в доме мог останавливаться Л. Троцкий. Здание выделяется своей изысканной архитектурой. В декоративной отделке здания активно использовался криволинейный

(лекальный) кирпич. Главный фасад фланкирован двумя ризалитами и завершен аттиковыми стенками с пинаклями<sup>4</sup>. Фасад дополнен балконами, устроенными на специальных кронштейнах. В декоративной отделке также применены рустованные лопатки, фигурная и орнаментальная кладка [6, с. 65].



**Рис. 4. Здание по ул. К. Маркса, 11**

В южной части ул. Медовой (ул. Карла Маркса, 68/70) сохранилось подобное предыдущему здание с ярко декорированным кирпичным фасадом (рис. 5). Это бывшая прогимназия, которая некогда принадлежала Еве Виккер, действовавшая в дореволюционный период.

Пластику фасада, построенного в конце XIX в. здания, подчеркивает ступенчатая и фигурная кладка, декоративные элементы орнамента, рустованные лопатки, а над главным входом полуциркулярный оконный объем. Фасад здания ранее был подчеркнут кованными балконами, вынесенными над основным объемом здания (к сожалению, они не сохранились) [6, с. 65].

---

<sup>4</sup> Пинакль (фр. pinnacle, от лат. pinnaculum – крылышко, щипец, конек) в готической архитектуре – небольшая декоративная башенка, увенчанная миниатюрным шатром – фиалом.



**Рис. 5. Бывшая прогимназия Виккер**

На протяжении XX в. здание использовалось различными ведомствами. В период межвоенной Польши в здании бывшей гимназии располагалось староство; после прихода советской власти – школа, впоследствии в части здания – роддом (1970-е гг.), станция юных техников и велосипедная школа. На стенах здания сохранились надписи различных эпох, а фасад по ул. Дзержинского имеет осколочные следы обороны брестского военкомата (располагался напротив, здание не сохранилось).

Среди гражданской архитектуры Бреста в кирпичном стиле выделяются уникальные здания, расположенные друг напротив друга по ул. Комсомольской, 30/21.

Дом, находящийся по правой стороне, выделяется своим изысканным фасадом (рис. 6). По предположению архитектора Андрея Воробья, дом был построен примерно в 1895–1900 гг. полковником Осипом Клодницким. Дом пережил две войны, но сохранил первоначанный архитектурный облик. Фасад дома подчеркнут пилястрами, развитым карнизом с сухариками, оригинальным арочным проездом, ныне закрытым стеной, парадным входом и оригинальными обрамлениями оконных проемов [8].





**Рис. 6. Дом И. Кладницкого**

Дом напротив (ул. Комсомольская, 27) также имеет оригинальный фасад, однако его формы намного проще и лаконичнее.

Как видим, большинство зданий гражданской архитектуры в кирпичном стиле расположено в историческом центре в шаговой доступности. Завершить пешеходный маршрут ознакомления можно в районе площади Свободы. Здесь выделяется несколько объектов: дом Гендлеров начала XX в. (ул. Советских Пограничников, 1), здание суда (ул. 17 Сентября, 2), дом Арье Бегуна (площадь Свободы, 18).

Кирпичный стиль в конце XIX – начале XX в. активно использовался при строительстве железнодорожных объектов: вокзалов, депо, станционных объектов, домиков станционных смотрителей, водонапорных башен и т. д. Вокруг брестского железнодорожного узла сохранилось большое количество таких объектов, однако часть из них на данный момент утрачена. Объекты, используемые в ведомственных целях, как правило, не имеют государственного охранного статуса. Железнодорожное наследие Бреста включает ряд зданий и сооружений, которые формируют исторический облик города. Среди них стоит выделить:

здание бывшей товарной конторы начала XX в. (ул. Орджоникидзе, 10А);

здание дистанции зеленых насаждений начала XX в. (ул. Кижеватова, д. 27);

здание управления Брестского отделения Белорусской железной дороги (пл. Привокзальная, 14);

железнодорожный госпиталь, ныне детская поликлиника;

корпуса паровозного депо 1873 г. (?);

комплекс зданий станции Брест-Полесский.

Особенно стоит выделить комплекс станционных строений станции Брест-Полесский и расположенного рядом с ним депо, который сохранил целый ряд строений кирпичного стиля. Обратим внимание на домик на переезде по ул. Пушкинской (рис. 7). Как гласит надпись на фасаде, дом был построен в 1906 г. Дом прекрасно сохранился до сегодняшнего дня, имеет оригинальное обрамление крыши, свойственное для железнодорожной архитектуры начала XX в.



**Рис. 7. Дом на переезде**

Подобные дома строились вдоль линии железной дороги и предназначались для служащих железной дороги (смотрителей, обходчиков и т. д.). Дом имел печное отопление и массивные стены.

На станции также сохранился в оригинальном виде пакгауз<sup>5</sup> (начало XX в.).

Уникальным примером архитектуры кирпичного стиля в Бресте также можно считать комплекс военных строений Граевской слободы

---

<sup>5</sup> Пакгауз (нем. *packhaus*, от нем. *pack* – тюк и нем. *haus* – дом, дословно – склад) – закрытое складское помещение особого типа при железнодорожных станциях.

(Северного городка). Комплекс был построен в конце XIX в. для нужд гарнизона Брест-Литовской крепости. На сегодняшний день здания и сооружения Северного городка используются под различные ведомственные учреждения, а также под склады и жилье (рис. 8). Функционирует тут филиал городской детской библиотеки.



**Рис. 8. Комплекс Северного городка (Граевской слободы)**

К сожалению, кирпичная архитектура конца XIX – начала XX в. не всегда получает перспективы регенерации и восстановления, дома меняют свой облик, перестраиваются, разрушаются, фасады облачаются в штукатурку и рекламу, старинные винтажные окна меняются на современные. Ряд кирпичных домов утрачен или перестроен с изменением внешнего облика.

Кирпичное наследие Бреста может быть активно включено в существующие туристические маршруты, дома включены в программы регенерации и реставрации, большинство зданий и сооружений также нуждается в дополнительной визуализации их исторических особенностей (на фасадах объектов могут быть размещены QR-коды с дополнительной информацией, мемориальные доски; отдельные черты зданий – датировки, архитектурные особенности, первоначальный облик, исторические надписи – дополнительно могут быть подчеркнуты различными приемами визуализации). Также для ознакомления и составления маршрутов разработана карта (рис. 9) и проведена фотофиксация объектов.



Рис. 9. Карта кирпичного наследия Бреста

#### Список литературы

1. Власов, В. Г. Кирпичный стиль / В. Г. Власов // Новый энциклопедический словарь изобразительного искусства. В 10 т. – СПб. : Азбука-Классика. – Т. IV, 2006. – С. 462–463.
2. Мастера архитектуры. Крупнейшая подборка работ и биографий известных архитекторов / Хендрик Петрус Берлаге [Электронный ресурс] / ARCHITIME.RU – онлайн-медиа для архитекторов и дизайнеров. – М., 2007. – Режим доступа: [https://www.architime.ru/architects/a\\_hendrik\\_petrus\\_berlage.htm](https://www.architime.ru/architects/a_hendrik_petrus_berlage.htm). – Дата доступа: 19.05.2023.
3. Промышленная готика и клинкерный (кирпичный) стиль города Бреста [Электронный ресурс] / Виртуальный Брест. – Брест, 2004. – Режим доступа: <https://virtualbrest.ru/news35859.php>. – Дата доступа: 19.05.2023.
4. Казематированная артиллерийская батарея при Холмской железной дороге в Бресте [Электронный ресурс] / Реальный Брест. – Брест, 2011. – Режим доступа: <https://www.realbrest.by/novosti/brestskaja-krepost/kazematirovannaja-artilleriiskaja-batareja-pri-holmskoi-zheleznoi-doroge-v-breste.html>. – Дата доступа: 19.05.2023.
5. Брест: первое тысячелетие / фото С. М. Плыткевича. – Минск : РИФТУР, 2010. – 96 с.: ил. – (Жемчужины Беларуси).
6. Свод памятников истории и культуры Белоруссии. Брестская область / АН БССР, Ин-т искусствоведения, этнографии

- и фольклора, Белорус. сов. энцикл.; редкол.: С. В. Марцелев (гл. ред.) и др. – Минск : БелСЭ, 1990. – 424 с.: ил.
7. Сазонов-Ярошевич Александр Казимирович [Электронный ресурс] / Брест моей памяти. – Брест, 2016. – Режим доступа: <https://brestmemory.com/sazonov-yaroshevich-aleksandr-kazimirovich/>. – Дата доступа: 23.05.2023.
  8. Воробей, А. В. Особенности архитектуры стиля эклектика в городе Бресте конца XIX – начала XX веков / А. В. Воробей // Проблемы. Исследования. Тенденции развития региональной архитектуры : сб. науч. тр. / М-во образования Респ. Беларусь, Брестск. гос. технич. ун-т, кафедра архитектурного проектирования и рисунка; под общ. ред. В. Ф. Морозова ; редкол.: В. Ф. Морозов, Е. Р. Устинович. – Брест : БрГТУ, 2017. – С. 11–13.

## ГАРАДЗІШЧЫ: ПАТЭНЦЫЯЛ ПОМНІКАЎ АРХЕАЛОГІІ Ў ТУРЫСТЫЧНАЙ ДЗЕЙНАСЦІ

**Д. В. Скварчэўскі**

Рэспубліканскі саюз турыстычнай індустрыі,  
пр. Незалежнасці, 11/2–526, 220030, г. Мінск, Беларусь,  
skvarcheuski@inbox.ru

**Анотацыя.** Артыкул прысвечаны аналізу патэнцыялу помнікаў археалогіі ў турыстычнай дзейнасці на прыкладзе гарадзішчаў, якія распаўсюджаны па ўсёй тэрыторыі Беларусі. Аўтар разглядае, як гарадзішчы могуць быць задзейнічаны ў турызме, вылучае крытэрыі, па якіх можа быць здзейснены адбор для ўключэння помнікаў у праграмы падарожжаў, а таксама фармулюе рэкамендацыі па інтэграцыі гарадзішчаў у экскурсійна-турыстычную дзейнасць.

**Ключавыя словы:** Беларусь, археалогія, гарадзішчы, турызм.

**Узор цытавання:** Скварчэўскі, Д. В. Гарадзішчы: патэнцыял помнікаў археалогіі ў турыстычнай дзейнасці / Д. В. Скварчэўскі // Перспективы развития туризма в современных условиях: мировые тенденции и региональные контексты : материалы III Междунар. науч.-практ. конф., Минск, 28. сент. 2023 г. / Национальное агентство по туризму ; редкол.: И. Н. Воронович (предс.) [и др.]. – Минск, 2023. – С. 94–102.

## HILLFORTS: THE POTENTIAL OF ARCHAEOLOGICAL MONUMENTS IN TOURISM

**D. Skvarcheuski**

Republican Union of Tourism Industry,  
Niezaliežnasci Avenue, 11/2–526, 220030, Minsk, Belarus,  
skvarcheuski@inbox.ru

**Annotation.** The article is devoted to the analysis of the potential of archeology monuments in tourist activity on the example of hillforts, which are spread throughout the territory of Belarus. The author shows how

hillforts can be involved in tourism, highlights the criteria of monuments selection for travel programs and also formulates recommendations for the integration of hillforts into tourist activities.

**Keywords:** Belarus, archaeology, hillforts, tourism.

**For citation:** Skvarcheuskі, D. Hillforts: the potential of archaeological monuments in tourism / D. Skvarcheuskі // Prospects for the development of tourism in modern conditions: global trends and regional contexts : materials of the III Int. sci.-pract. conf., Minsk, 28 Sept. 2023 / National Agency for Tourism ; ed.: I. Voronovich (chair.) [et al.]. – Minsk, 2023. – P. 94–102.

Гарадзішча – рэшткі старажытнага ўмацаванага паселішча або горада [5, с. 220]. На тэрыторыі Беларусі захавалася звыш 1 тысячы гарадзішчаў. Яны вядомы з позняга бронзавага веку, але найбольш характэрны для жалезнага веку з VIII–VII ст. да н. э. Выкарыстоўваліся насельніцтвам і ў больш познія часы. Звычайна іх будавалі на ўзвышаных месцах, каля берагоў рэчак і вадаёмаў, часцей за ўсё паблізу іх вусцяў. У залежнасці ад месца ўзвядзення ўсе гарадзішчы ў Беларусі тыпалагічна падзяляюцца на:

- узгоркавыя – будавалі на ледавіковых халмах;
- мысавыя – будавалі на высокіх берагах рэк і азёр;
- балотныя – будавалі сярод поймавых нізін, балот і лясоў.

Пры гэтым можна заўважыць і пэўныя асаблівасці тэрытарыяльнага размеркавання. На поўначы і ў цэнтры Беларусі часцей сустракаюцца ўзгоркавыя гарадзішчы, на поўдні – мысавыя і балотныя [5, с. 220]. Натуральна, гэта звязана з асаблівасцямі ландшафта і ўплывам ледавікоў на паўночныя і цэнтральныя раёны краіны.

У Дзяржаўны спіс гісторыка-культурных каштоўнасцей Рэспублікі Беларусь на дадзены момант уключана 645 гарадзішчаў, якія маюць статус гісторыка-культурных каштоўнасцей розных катэгорый, пераважна катэгорыі 3. Разам з тым ёсць і гарадзішчы катэгорыі 1: гарадзішчы старажытных Полацка, Бярэсця і Оршы [3].

Размеркаванне па абласцях выглядае наступным чынам: Брэсцкая вобласць – 21 гарадзішча; Віцебская вобласць – 185; Гомельская вобласць – 163; Гродзенская вобласць – 49; Магілёўская вобласць – 99; Мінская вобласць – 128 [3]. Гэта дастаткова вялікая колькасць нават без уліку тых аб'ектаў, што не маюць статусу гісторыка-культурнай каштоўнасці. Якім чынам гэты патэнцыял выкарыстоўваецца і можа быць выкарыстаны ў турыстычнай дзейнасці?

Найперш гарадзішчы з'яўляюцца аб'ектамі паказу, якія адлюстроўваюць гісторыю краіны ці рэгіёна, і нярэдка адначасова выступаюць у якасці аб'ектаў сакральнай тапаграфіі, пра якія існуюць паданні, што тлумачаць паходжанне гарадзішча і яго назвы. Таксама асобныя гарадзішчы ўключаны (ці былі калісьці ўключаны) у народныя традыцыйныя культавыя практыкі [4, с. 187–208].

З улікам таго, што гарадзішчы звычайна займаюць найвышэйшыя кропкі сваёй мясцовасці, яны могуць выступаць у якасці аглядных пляцовак, зручных для экскурсійнага паказу і фотапаўзы. Акрамя гэтага, гарадзішчы могуць выступаць у якасці пляцовак для свят, канцэртаў, фестываляў і розных іншых мерапрыемстваў пры ўмове, што іх правядзенне не будзе прыносіць шкоду аб'екту.

Паказальным з'яўляецца прыклад Літвы, дзе гарадзішчы вызначаюцца як важныя элементы культурнага ландшафту і значныя месцы гістарычнай памяці. Яны разглядаюцца не толькі як археалагічныя аб'екты, але і як частка гістарычнай ідэнтычнасці народа, якая адлюстроўваецца ў фальклору, літаратуры і мастацтве. Рашэннем Сейма Літоўскай Рэспублікі 2017 г. быў абвешчаны Годам гарадзішчаў. Была падрыхтавана анлайн-карта гарадзішчаў, выйшла, у тым ліку на рускай мове, абагульняючая папулярная работа «Городища балтов: неизвестное наследие» [2]. У тым жа годзе адбылося народнае галасаванне, па выніках якога былі вызначаны самыя прыгожыя гарадзішчы Літвы. Першае месца заняў комплекс у Кярнаве, другое – гарадзішча Шатрыя ў Цяльшайскім раёне, трэцяе месца – гарадзішча Мяркіне на сутоках рэк Нёман і Мяркіс. Падобная папулярызацыя стала заканамерным вынікам увагі, якая надавалася гарадзішчам у папярэднія гады. Папулярныя помнікі археалогіі добраўпарадкаваны, маюць зручныя заезды і парковачныя месцы, усталяваны інфармацыйныя стэнды і малыя архітэктурныя формы, пракладзены сцежкі, у выніку чаго гарадзішчы актыўна наведваюцца арганізаванымі і індывідуальнымі турыстамі.

Гэты паспяховы прыклад выкарыстання археалагічнай спадчыны ў турыстычнай дзейнасці можа быць рэалізаваны і ў Беларусі. Зразумела, далёка не ўсе гарадзішчы могуць быць задзейнічаны ў турыстычнай дзейнасці. Неабходна вылучыць асноўныя крытэрыі, па якіх можа быць здзейснены адбор гарадзішчаў для ўключэння ў экскурсійна-турыстычныя маршруты.

1. Адметнае значэнне для археалогіі і гісторыі. Гэта значыць, што помнік з'яўляецца даследаваным, у выніку чаго можна сцвярджаць



пра ўнікальнасць аб'екта, пра яго сувязь з пэўнымі гістарычнымі падзеямі альбо асобамі.

2. Высокая ступень захаванасці аб'екта, што дазваляе ўявіць і апісаць першапачатковы выгляд паселішча.

3. Блізкасць да населенага пункта ці да аўтамабільнай дарогі і наяўнасць зручнай пешаходнай сцежкі, каб мець магчымасць дайсці да гарадзішча.

4) Знаходжанне гарадзішча ў маляўнічым асяроддзі, каб мець магчымасць аглядаць прыроднае наваколле ці панараму населенага пункта.

5. Блізкасць да нейкай іншай турыстычнай славунасці, што дае магчымасць паказаць аб'екты ў комплексе.

6. Прыналежнасць да хрысціянскай традыцыі (месцазнаходжанне храма, манастыра, могілак).

7. Прыналежнасць да аб'ектаў сакральнай тапаграфіі; наяўнасць адметнага падання пра гарадзішча ці нейкай традыцыі, звязанай з аб'ектам.

Можна вызначыць асноўныя праблемы, якія замінаюць інтэграцыі гарадзішчаў, як і іншых помнікаў археалогіі, у турыстычную дзейнасць.

1. Недастатковая ступень даследаванасці. Многія гарадзішчы вывучаліся ў час разведак і праз шурфоўкі, таму аб'ём інфармацыі пра помнікі мінімальны.

2. Адсутнасць адпаведнай інфраструктуры. Тут гаворка ідзе і пра аўтамабільныя дарогі, і пра паркоўкі, і пра сцежкі і лесвіцы, і пра элементы навігацыі, і пра інфармацыйныя стэнды, і пра малыя архітэктурныя формы. Натуральна, што любыя будаўнічыя працы на помніку археалогіі павінны быць выкананы толькі пасля археалагічнага даследавання. Таксама важна, каб усталяваныя малыя архітэктурныя формы адлюстроўвалі лакальную гісторыю і былі звязаны з помнікам.

3. Агульная занябанасць і неўпарадкаванасць. За рэдкімі выключэннямі помнікі археалогіі ніхто не даглядае. Гарадзішчы імкліва зарастаюць, што робіць складаным ці нават немагчымым іх агляд. Адпаведна, на аб'ектах турыстычнага паказу павінен быць рэгулярны пакос і высечка хмызнякоў і асобных дрэў: не цалкам, што звычайна немэтазгодна, а на асобных участках для агляду і наведвання турыстамі. Калі на помніку былі ўсталяваны нейкія інфраструктурныя ці скульптурныя элементы, за імі таксама павінен ажыццяўляцца нагляд і абнаўленне пры патрэбе.

Звычайна маем справу са складанай сітуацыяй, калі пэўныя помнікі не наведваюць турысты праз неўпарадкаванасць, а яе няма, бо няма турыстаў. Выхадам можа быць развіццё помніка археалогіі ў комплексе з іншымі аб'ектамі, якія разам уключаюцца ў турыстычную праграму. Пры гэтым трэба адзначыць, што работы па добраўпарадкаванні гарадзішчаў пад турыстычныя мэты не патрабуюць празмерных рэсурсаў, калі параўноўваць з помнікамі архітэктуры, а вынік дасягаецца хутчэй. Патрэбны таксама інструменты манетызацыі патоку на месцах, аднак гэта магчыма пры наяўнасці побач іншага аб'екта (турыстычнай славуцасці, аграсядзібы, санаторыя і г. д.).

На сённяшні дзень шэраг гарадзішчаў Беларусі ўключаны ў турыстычныя праграмы, таму можна разгледзець некаторыя прыклады.

**Гарадзішча на Менцы ў в. Гарадзішча Мінскага раёна.** Найбольш удалы прыклад уключэння гарадзішча ў экскурсійна-турыстычную дзейнасць, які можа разглядацца ў пэўнай ступені ў якасці ўзорнай мадэлі. У непасрэднай блізкасці да значнага помніка археалогіі створана сядзіба-музей «Стары Менск», у экспазіцыі якой прадстаўлены сярэднявечныя артэфакты. Тэрыторыя гарадзішча і яго наваколляў добраўпарадкавана, пракладзены сцежкі, і зроблены лесвіцы для агляду земляных ўмацаванняў, створаны аўдыягід, усталяваны малыя архітэктурныя формы, інфармацыйныя стэнды і элементы навігацыі. Усё гэта ў сукупнасці дазваляе ў поўнай ступені пазнаёміцца з уласна помнікам археалогіі і гісторыяй населенага пункта. Акрамя гэтага, сядзіба таксама аказвае паслугі па пражыванні і харчаванні, мае канферэнц-залы.

Гарадзішча на Менцы сёння актыўна задзейнічана ў турыстычных маршрутах. Кантрольны тэкст экскурсіі «Город на Менке» быў зацверджаны Нацыянальным агенцтвам па турызме ў 2006 г. З улікам змен, якія адбыліся на помніку і ў яго наваколлях, а таксама новых археалагічных даследаванняў, што праводзіліся ў апошнія гады, існуе неабходнасць у абнаўленні кантрольнага тэкста. Можна вылучыць асноўную заўвагу ў дзейнасці сядзібы «Стары Менск» – выкарыстанне непацверджаных гістарычнымі крыніцамі асобных фактаў і свядомая міфатворчасць для прыцягнення ўвагі да аб'екта.

**Гарадзішча ў аг. Радамля Чавускага раёна.** На пляцоўцы гарадзішча з 2014 г. праводзіцца фест «У госці да радзімічаў». Для яго была створана адмысловая прастора з рэканструяванымі паўзямлянкамі з глінабітнымі печамі, пабудаванымі у стылі X ст., капішчам,

прыстасаваннем для здабычы жывога агню, печчу для абпалу керамічнага посуду. На фэсце працуюць інтэрактыўныя пляцоўкі, якія паказваюць традыцыйныя заняткі людзей X–XII ст.: ткацтва, ганчарства, прыгатаванне страў. Галоўным элементам свята з’яўляецца тэатралізаваная праграма, прысвечаная гісторыі і культуры радзімчаў, са стылізаванымі абрадамі, песнямі, карагодамі. На свяце выступаюць этнаграфічныя калектывы рэгіёнаў Беларусі, музычныя гурты і клубы гістарычнай рэканструкцыі. Акрамя ступені аўтэнтычнасці і гістарычнай адпаведнасці, у дадзеным выпадку цікавіць выкарыстанне помніка археалогіі ў якасці пляцоўкі для правядзення мерапрыемства.

**Гарадзішча ў аг. Гальшаны Ашмянскага раёна.** Выдатны помнік гісторыі і археалогіі, дастаткова добра вывучаны і з якім звязаны комплекс народных паданняў. Зручна размешчаны каля аўтамабільнай дарогі Р95 Крэва-Гальшаны. Не так даўно каля аб’екта ўздоўж дарогі было вылучана парковачнае месца, пабудавана драўляная альтанка і ўсталяваны інфармацыйны стэнд. У той жа час лесвіца на гарадзішчы не вытрымлівае ніякай крытыкі з-за сваёй якасці. Яна была неспрыдатнай з моманту стварэння і патрабуе дэмантажу. Актualьнымі з’яўляюцца пытанні стварэння новай лесвіцы і высечкі пэўных участкаў, якія замінаюць агляду.

Сукупна можна таксама згадаць **гарадзішчы гістарычных гарадоў**, якія так ці інакш уключаны ў аглядныя экскурсіі: «Замэчак» у Заслаўі, «Замкавая гара» і «Дзявочая гара» ў Мсціслаўі, гарадзішчы (замчышчы) Браслава, Ваўкавыска, Оршы, Давыд-Гарадка, Друцка, Капыля, Копысі, Лагойска, Мазыра, Турава і інш. На шэрагу помнікаў маюцца помнікі ці памятныя камяні (Заслаўе, Давыд-Гарадок, Капыль, Тураў), скульптурныя кампазіцыі (Браслаў), стылізаваныя пад сярэднявечча брама, вежы і сцены (Копысь, Мазыр, Мсціслаў, Друцк), музей (Тураў). Замкавая гара ў Мсціслаўі традыцыйна з’яўляецца пляцоўкай фэста гістарычнай рэканструкцыі. Кожны выпадак асобны і мае свае моцныя і слабыя бакі, аднак важна, што гэтыя аб’екты ўжо інтэграваны ў турыстычную дзейнасць, што надалей можна ўдасканалваць і развіваць.

Асобна трэба вылучыць сучасныя **рэканструкцыі гарадзішчаў у музейных і турыстычных комплексах**. Такіх аб’ектаў не так шмат, а найлепшы знаходзіцца ў Белавежскай пушчы. У склад археалагічнага музея пад адкрытым небам уваходзіць экспазіцыйная зона «Гарадзішча позняга бронзавага, ранняга жалезнага веку». Гарадзішча было адноўлена на аснове навуковых даследаванняў на тэрыторыі аб’екта

археалогіі «Камянюкі-1». Адноўленае жыллё і гаспадарчыя збудаванні гарадзішча даюць дэтальнае ўяўленне аб характары домабудаўніцтва, вырабе розных прылад працы, ганчарных вырабаў, працэсе ткацтва, іншых рамёстваў і промыслаў, распаўсюджаных у познім бронзавым і раннім жалезным веку. Абарончыя збудаванні гарадзішча і яго ўнутраныя жылыя і гаспадарчыя пабудовы адноўлены па зборным вобразе ўмацаваных паселішчаў прадстаўнікоў культуры штрыхаванай керамікі (VII ст. да н. э. – V ст. н. э.) і мілаградскай археалагічнай культуры (VI ст. да н. э. – I ст. н. э.), выяўленых археолагамі на тэрыторыі Беларусі [1].

На тэрыторыі комплексу «Дукорскі маёнтак» на беразе ракі знаходзіцца стылізаванае сярэднявечнае гарадзішча, якое з’яўляецца цэнтрам правядзення свята раннесярэднявечнай культуры.

У завяршэнні варта назваць некаторыя гарадзішчы, якія на дадзены момант або зусім не інтэграваны ў турыстычную дзейнасць, або ў малой ступені, аднак адпавядаюць крытэрыям для ўключэння ў экскурсійна-турыстычныя маршруты.

1) Гарадзішча каля в. Нікадзімава Горацкага раёна, якое датуецца 3-й чвэрцю I тысячагоддзя. У той час гэта быў адміністрацыйны цэнтр значнай акругі, тут была сядзіба правадыра і знаходзілася дружина. Гэты значны помнік гісторыі і археалогіі не з’яўляецца турыстычным аб’ектам, але ён прадстаўлены ў экспазіцыі Магілёўскага абласнога краязнаўчага музея, а таксама ў Горацкім раённым гісторыка-краязнаўчым музеі. Помнік зарастае, інфраструктура для агляду адсутнічае.

2) Гарадзішча каля в. Маскавічы Браслаўскага раёна. Месца знакаміта найперш унікальным комплексам знаходак прадметаў з рунічнымі знакамі і малюнкамі, што сведчыць пра сувязі мясцовага насельніцтва са Скандынавіяй. Акрамя таго, гэта выдатная аглядная кропка, бо з вяршыні гарадзішча праглядаюцца навакольныя азёры і вежы касцёла Сэрца Ісуса ў в. Слабодка. Помнік паступова зарастае, хоць яго перыядычна наведваюць турысты, аднак інфраструктура для агляду адсутнічае.

3) Гарадзішча ў в. Асінагарадок Пастаўскага раёна. Помнік перыяду ранняга жалезнага веку (V ст. да н. э. – V ст. н. э.) адметны тым, што на яго пляцоўцы знаходзіцца перабудаваная вядомым архітэктарам Віктарам Струевым Свята-Пакроўская царква (пачатак XX ст.). Увагу прыцягвае мураваная агароджа, што нагадвае пра нібыта замкавыя сцены, а таксама незвычайная вежа-званіца, ніжні ярус якой мураваны і мае пірамідальную форму, а верхні – драўляны. Там жа

знаходзяцца помнікі Паўночнай вайны і вайны 1812 г. З гэтым месцам звязана паданне пра цудоўнае з’яўленне на асіне абраза Божай Маці Асінагарадоцкай, свята якой тут адзначаецца 15 ліпеня. З гарадзішча адкрываецца маляўнічы від на наваколле. Помнік дагледжаны.

4) Гарадзішча/замчышча ў в. Лоск Валожынскага раёна. Знаходзіцца ў самім паселішчы, якое калісьці мела славу аднаго з цэнтраў кнігадрукавання Беларусі і звязана з імем Сымона Буднага. У вёсцы захаваліся і іншыя славутасці: Георгіеўская царква, драўляны касцёл Найсвяцейшага Сэрца Ісуса, шанаваная крыніца. Месца звязана з гісторыяй Першай сусветнай вайны і польска-савецкага памежжа. Сёння замчышча зарослае, інфраструктура для агляду адсутнічае. З гарадзішча адкрываецца маляўнічы від на наваколле.

5) Гарадзішча «Замак» часоў ранняга жалезнага веку і сярэднявекі ў в. Гарадок Маладзечанскага раёна. Знаходзіцца ў самім паселішчы. Гэта выдатны прыклад захаваных земляных умацаванняў. Сёння замчышча зарастае, складана блізка падысці і ўзняцца на валы з-за забалочанасці, інфраструктура для агляду адсутнічае.

6) Гарадзішча каля в. Радагошча Навагрудскага раёна. Знаходзіцца недалёка ад дарогі Навагрудак – Свіцязь. Вёска ўваходзіць у лік мясцін, звязаных з Адамам Міцкевічам. Само гарадзішча, як мяркуюць, магло мець культывае прызначэнне. З гарадзішча адкрываецца маляўнічы від на наваколле. Інфраструктура для агляду адсутнічае. У 2022 г. адбыліся працы па добраўпарадкаванні гарадзішча.

7) Гарадзішча ў аг. Ракаў Валожынскага раёна. Мясцішка даволі вядомае і наведваецца турыстамі, аднак гарадзішча звычайна застаецца па-за маршрутам, у тым ліку з-за адсутнасці інфраструктуры для агляду. Помнік прыцягвае ўвагу незвычайнай формай земляных умацаванняў. На гарадзішчы жалезнага веку ў пачатку XVI ст. быў узведзены замак. З’яўляецца месцам святкавання Купалля.

8) Гарадзішча ў в. Мсцібава Ваўкавыскага раёна. Таксама з’яўляецца выдатным прыкладам захаваных земляных умацаванняў перыяду сярэднявечча. Інфраструктура для агляду адсутнічае. Вёска знакаміта касцёлам Святога Яна Хрысціцеля, які наведваюць турысты, але гарадзішча застаецца па-за маршрутам.

9) Гарадзішча ў аг. Камень Лепельскага раёна адносіцца да часоў жалезнага веку і сярэднявечча. Від гарадзішча ў пэўнай ступені стаў хрэстаматычным, бо яго фотаздымак доўгі час выкарыстоўваўся ў школьных падручніках па гісторыі. Мясцовая назва «Царкоўка»

звязана з тым, што на яго вяршыні калісьці была царква, на месцы якой сёння ўсталяваны крыж. З гарадзішча адкрываецца маляўнічы від на наваколле. Помнік зарастае, інфраструктура для агляду адсутнічае.

10) Гарадзішча ў аг. Старабарысаў у Барысаўскім раёне з'яўляецца месцам першапачатковага размяшчэння г. Барысава. Захаваўся сядзібны дом Радзівілаў/Раманавых пачатку ХХ ст., які знаходзіцца ў закінутым стане. Нягледзячы на археалагічнае вывучэнне і зручнае размяшчэнне, помнік знаходзіцца ў занябаным стане. Хоць на гарадзішчы размешчаны жылыя дамы, тэрыторыя зарастае. Інфраструктура для агляду адсутнічае. Турысты перыядычна наведваюць, але гэта не мае сістэмнага характару.

Спіс можна яшчэ працягваць, але мэтай не было паказаць усе гарадзішчы, якія могуць быць пасяхова інтэграваны ў турыстычныя маршруты. Гэта толькі некаторыя прыклады, якія дэманструюць існуючы патэнцыял, што можа быць раскрыты пры ўмове выканання адпаведнай работы. Актуальнай з'яўляецца задача па вылучэнні адметных помнікаў, па ўпарадкаванні тэрыторыі і стварэнні адпаведнай інфраструктуры, у тым ліку на тых аб'ектах, якія ўжо задзейнічаны ў турыстычнай дзейнасці. Па прыкладзе Літвы было б добра стварыць анлайн-карту гарадзішчаў з дакладнымі каардынатамі і пашпартамі аб'ектаў, што дазваляла б індывідуальным і арганізаваным турыстам уключаць той ці іншы археалагічны помнік у свае маршруты.

### Спіс літаратуры

1. Археалагічны музей пад адкрытым небам // Нацыянальны парк «Белавежская пушча» [Электронны рэсурс]. – Рэжым доступу: <https://npbp.by/bel/tours/arkhealogichny-muzeu-pad-advkrytym-nebam->. – Дата доступу: 06.07.2023.
2. Виткунас, М. Городища балтов: неизвестное наследие / М. Виткунас, Г. Забела. – Вильнюс : Lietuvos archeologijos draugija, 2017. – 88 с.
3. Дзяржаўны спіс гісторыка-культурных каштоўнасцей Рэспублікі Беларусь [Электронны рэсурс]. – Рэжым доступу: <http://gosspisok.gov.by/Home/Index>. – Дата доступу: 23.06.2023.
4. Дучыц, Л. Сакральная геаграфія Беларусі / Л. Дучыц, І. Клімковіч. – Мінск : Літаратура і мастацтва, 2011. – 382 с.
5. Шадыра, В. І. Гарадзішча / В. І. Шадыра // Археалогія Беларусі : энцыклапедыя. У 2 т. Т. 1. – Мінск : БелЭн, 2009. – С. 220.

## **ПРЫМЯНЕННЕ НАВІГАЦЫЙНА- ІНФАРМАЦЫЙНЫХ СІСТЭМ ДЛЯ ПАВЫШЭННЯ ТУРЫСТЫЧНАЙ ДАСТУПНАСЦІ СЯДЗІБНА-ПАРКАВЫХ КОМПЛЕКСАЎ БЕЛАРУСІ**

**Д. У. Філіпчык**

Беларускі дзяржаўны ўніверсітэт,  
пр. Незалежнасці, 4, 220030,  
г. Мінск, Беларусь, fdv91@mail.ru

**Анатацыя.** У артыкуле разгледжаны магчымасці выкарыстання навігацыйна-турыстычных сістэм для павышэння інфармацыйнага патэнцыялу і турыстычнай даступнасці сядзібна-паркавых комплексаў Беларусі. Паказана неабходнасць аднаўлення цэласнасці культурнага ландшафту сядзібных комплексаў. Прыведзены прыклады эфектыўнага выкарыстання элементаў навігацыйна-інфармацыйных сістэм на беларускіх сядзібна-паркавых комплексах.

**Ключавыя словы:** сядзібна-паркавыя комплексы, турыстычная даступнасць, культурны ландшафт, навігацыйна-інфармацыйная сістэма.

**Прыклад цытавання:** Філіпчык, Д. У. Прымяненне навігацыйна-інфармацыйных сістэм для павышэння турыстычнай даступнасці сядзібна-паркавых комплексаў Беларусі / Д. У. Філіпчык // Перспективы развития туризма в современных условиях: мировые тенденции и региональные контексты : материалы III Междунар. науч.-практ. конф., Минск, 28 сент. 2023 г. / Национальное агентство по туризму ; редкол.: И. Н. Воронович (предс.) [и др.]. – Минск, 2023. – С. 103–110.

# APPLICATION OF NAVIGATION AND INFORMATION SYSTEMS TO INCREASE TOURIST AVAILABILITY OF ESTATE AND PARK COMPLEXES OF BELARUS

**D. Filipchyk**

Belarusian State University,  
Niezaliežnasci Avenue, 4, 220030,  
Minsk, Belarus, fdv91@mail.ru

**Abstract.** The article examines the possibilities of using navigation-tourist systems to increase the informational potential and tourist accessibility estate and park complexes of Belarus. The need to restore the integrity of the cultural landscape of estate and park complexes is shown. Examples of effective use of elements of navigation and information systems in Belarusian estate and park complexes are given.

**Keywords:** Estate and park complexes, tourist availability, cultural landscape, navigation and information system.

**For citation:** Filipchyk, D. Application of navigation and information systems to increase tourist availability of estate and park complexes of Belarus / D. Filipchyk // Prospects for the development of tourism in modern conditions: global trends and regional contexts : materials of the III Int. sci.-pract. conf., Minsk, 28 Sept. 2023 / National Agency for Tourism ; ed.: I. Voronovich (chair.) [et al.]. – Minsk, 2023. – P. 104–110.

Развіццё ўнутранага турызму патрабуе ад турыстычных прадпрыемстваў пастаяннага абнаўлення, удасканалення турыстычнага прадукту. Ва ўмовах абмежаваных турыстычных рэсурсаў гэта можа быць даволі складаная задача. Спадчына сядзібна-паркавых комплексаў Беларусі можа стаць карысным рэсурсам для дыверсіфікацыі турыстычнай прапановы. У той жа час існуе цэлы шэраг праблем, з якімі сутыкаюцца турыстычныя прадпрыемствы і зацікаўленыя бакі пры спробах развіцця турызму на аснове сядзібна-паркавых комплексаў. У дадзеным артыкуле разгледжана прымяненне навігацыйна-інфармацыйных сістэм для павышэння турыстычнай даступнасці сядзібна-паркавых комплексаў Беларусі.



Адразу неабходна адзначыць, што ў дадзеным артыкуле пад сядзібна-паркавым комплексам разумеецца «частка культурнага ландшафту, дзе спалучаюцца помнікі сядзібнай архітэктуры і садова-паркавага мастацтва пэўнай мясцовасці, значная для захавання і прадстаўлення гісторыка-культурнай спадчыны краіны або рэгіёну» [1, л. 47]. Менавіта комплексны характар разглядаемых аб'ектаў дазваляе выкарыстоўваць для развіцця турызму спадчыну рознага кшталту: культурную, прыродную, нематэрыяльную. У той жа час вельмі часта сядзібна-паркавы комплекс асацыіруецца ў першую чаргу з будынкам самой сядзібы ці, радзей, паркам. Часта менавіта ім надаецца статус гісторыка-культурнай каштоўнасці.

Сядзібна-паркавыя комплексы трэба імкнуцца ўспрымаць шырай, а менавіта як спецыфічны культурны ландшафт. Існуе вялікая колькасць падыходаў да вызначэння сутнасці культурнага ландшафта. У артыкуле будзем разумець пад ім «прыродна-культурны тэрытарыяльны комплекс, які сфарміраваўся ў выніку эвалюцыйнага ўзаемадзеяння прыроды і чалавека, яго сацыякультурнай і гаспадарчай дзейнасці і які складаецца з характэрных спалучэнняў прыродных і культурных кампанентаў, якія знаходзяцца ва ўстойлівай узаемасувязі і ўзаемаабумоўленасці» [2, с. 16].

Адной з асноўных праблем уключэння сядзібна-паркавых комплексаў у турыстычны прадукт з'яўляецца іх фрагментарнае прадстаўленне. Большая частка культурных ландшафтаў сядзібных комплексаў Беларусі была моцна зменена, асабліва за XX ст. Змяненне функцый будынкаў, перапланіроўка тэрыторый, дэградацыя паркавых насаджэнняў, разбурэнне – усё гэта прывяло да фрагментацыі культурнага ландшафту сядзібы. У дадзеным выпадку неабходна ажыццяўляць комплекс мерапрыемстваў, якія дазваляць хаця б часткова аднавіць цэласнае ўспрыняцце сядзібна-паркавага комплексу турыстамі. Адным з такіх мерапрыемстваў можа быць стварэнне навігацыйна-інфармацыйнай сістэмы для такіх аб'ектаў. Навігацыйна-інфармацыйная сістэма – гэта сістэма ўзаемазвязаных дарожных знакаў, турыстычных указальнікаў, схем, інфармацыйных стэндаў і іншых элементаў, якая спрыяе цэласнаму ўспрыняццю аб'екта.

Дарожныя знакі з'яўляюцца базавым элементам навігацыйнай сістэмы. Асабліва важна ўстанаўліваць іх не толькі на буйных магістралях, але і на тэрыторыі населеных пунктаў, дзе знаходзяцца аб'екты экскурсійнага паказу. Напрыклад, да сядзібы Пуккамераў

у в. Больценікі (Воранаўскі раён) дарожныя знакі паказваюць напрамак некалькі разоў, у тым ліку і ў межах населенага пункта [3, с. 34]. Большасць сядзіб, асабліва тых, што мала выкарыстоўваюцца ў турызме, не абазначаны дарожнымі знакамі або маюць такое абазначэнне толькі адзін раз па шляху руху да іх. Гэта значна ўскладняе іх уключэнне ў турыстычны прадукт, прыводзіць да ігнаравання такіх аб'ектаў індывідуальнымі падарожнікамі.

Для таго каб турыстычная прывабнасць аб'екта павялічвалася, неабходна павышаць інфармацыйны патэнцыял тэрыторыі для наведвальнікаў, асабліва для індывідуальных турыстаў. Калі сядзібны дом, які пры стварэнні комплексу з'яўляўся цэнтрам кампазіцыі, як правіла, і цяпер дамінуе над асяроддзем, то гаспадарчыя пабудовы, малыя архітэктурныя формы, фрагменты парку, якія добра захаваліся, могуць выпадаць з успрымання комплексу. Для ўключэння іх у турыстычную дзейнасць і павінны ўстанаўлівацца шматлікія турыстычныя ўказальнікі, схемы.

Напрыклад, у сядзібе Наркевічаў-Ёдка «Наднёман» у в. Наднёман (Уздзенскі раён) побач з брамай устаноўлены інфармацыйныя стэнды і адзін указальнік у напрамку да месца фамільнага магільнага склепа ўладальнікаў маёнтка. Рух па ўказальніку прыводзіць да скрыжавання ў трох напрамках, але далей элементы навігацыйна-інфармацыйнай сістэмы адсутнічаюць, аб'ект становіцца маладаступным для індывідуальных турыстаў [3, с. 34]. Вельмі важна, каб указальнікі злучалі ўсе аб'екты адзін з адным або выбудоўвалі прадуманы маршрут.

Схема аб'екта дазваляе не толькі зарыентавацца ў прасторы, але і можа несці інфармацыю аб нематэрыяльнай спадчыне, звязанай з тэрыторыяй сядзібы. Так, на схеме могуць быць абазначаны вадаёмы, альтанкі, помнікі і іншыя аб'екты, звязаныя з мясцовымі легендамі або знакавымі падзеямі. Напрыклад, перад паркам сядзібы Абрамавічаў у в. Крыкалы (Пастаўскі раён) устаноўлены інфармацыйны стэнд. Ён змяшчае інфармацыю пра гісторыю і асаблівасці прысядзібнага парку. Таксама там абазначаны напрамкі асноўных дарог, назвы ўзгоркаў, балота, Чортаў камень, размяшчэнне руін гаспадарчых пабудоў. Дадзеная інфармацыя магла б дапамагчы прадстаўленню легенд і паданняў аб мясцовасці падчас экскурсій. Але на дадзеным аб'екце адсутнічае навігацыйна-інфармацыйная сістэма, якая прадстаўлена толькі вышэй згаданым стэндам.

Інфармацыйныя стэнды адыгрываюць вялікую ролю ва ўспрыманні сядзібы як гісторыка-культурнай каштоўнасці, адзінага культурнага ландшафту. На стэндах мэтазгодна размяшчаць візуальную і тэкставую інфармацыю, якая дапамагае прасачыць змяненне аб’екта, яго першапачатковы выгляд, ключавыя падзеі, звязаныя з сядзібай. Размяшчэнне QR-кодаў з магчымасцю пераходу на спецыялізаваныя рэсурсы дазваляе турыстам атрымаць вычарпальную інфармацыю аб аб’екце. Прыкладам распрацаванага інфарматыўнага турыстычнага стэнда, спалучанага са схемай тэрыторыі, з’яўляецца інфармацыйны стэнд у в. Новае Поле (Мінскі раён) (мал. 1). На стэндзе прыведзена інфармацыя аб сядзібе Друцкіх-Любецкіх, гісторыя яе змянення, інфармацыя аб уласніках, ілюстраваны матэрыял, схема размяшчэння аб’ектаў комплексу.



**Мал. 1. Інфармацыйны стэнд у в. Новае Поле, Мінскі раён  
(фота аўтара)**

У якасці добрага прыкладу неабходна адзначыць Ляхавіцкі раён Брэсцкай вобласці, дзе побач з сядзібна-паркавымі комплексамі былі ўстаноўлены інфармацыйныя стэнды адзінага ўзору з тэкстам на дзвюх мовах (беларуская і англійская).

Своесабліва выкананы інфармацыйны стэнд можа ўдала дапаўняць экскурсійны маршрут. Цікавы прыклад падобнага інфармацыйнага стэнда выкарыстаны ў сядзібе Хмараў у в. Сёмкава (Мінскі раён) (мал. 2). Ён аформлены ў выглядзе мальберта, устаноўлены ў месцы, дзе адкрываецца ракурс на сядзібны дом, з якога яго пісаў М. Орда. На стэнд нанесены QR-код са спасылкай на аўдыягід па тэрыторыі сядзібы.



**Мал. 2. Інфармацыйны стэнд в. Сёмкава, Мінскі раён (фота аўтара)**

Інфармацыйныя стэнды ўзмацняюць цэласнае ўспрыманне культурнага ландшафту, дазваляюць распрацоўваць дыферэнцыраваныя турыстычныя прапановы на аснове спадчыны адной сядзібы. З дапамогай такіх сістэм аб'ект можа быць уключаны ў экскурсійна-пазнавальныя туры, пешаходныя экскурсіі, веласіпедныя маршруты і г. д.

Для падтрымання турыстычнай цікавасці да культурнага ландшафту неабходна выкарыстоўваць разнастайныя элементы навігацыйна-інфармацыйнай сістэмы. Гэта могуць быць прадстаўленыя для параўнання кадры фільма, які здымаўся ў сядзібе, і сучасныя здымкі таго ж месца, назвы з апісаннем усіх гаспадарчых пабудоў, пазначаныя рэдкія пароды дрэў і г. д. Напрыклад, у парку сядзібы Умястоўскіх у в. Жамыслаўль (Ўеўскі раён) спецыяльным чынам абазначаны стараўзроставыя дрэвы і помнікі прыроды.

Усё больш запатрабаваным элементам навігацыйна-інфармацыйнай сістэмы становяцца інструменты, якімі турыстычную сферу забяспечваюць інфармацыйныя тэхналогіі. Найбольш даступным інструментам можна лічыць аўдыягід. Сучасныя тэхналогіі дазваляюць уключыць у змест аўдыягіда самы разнастайны мультымедычны матэрыял (карты, схемы, фатаграфіі, партрэты ўладальнікаў, кадры кінахронікі, гук і г. д.). Гэта значна павышае інфармацыйны патэнцыял сядзібна-паркавых комплексаў, дазваляе актуалізаваць іх багатую культурную спадчыну.

Аўдыягіды павышаюць турыстычную даступнасць сядзібна-паркавых комплексаў для індывідуальных падарожнікаў. Індывідуальныя турысты могуць быць мэтавай аўдыторыяй, для якой будзе актуальна наведванне аддаленых, цяжкадаступных аб'ектаў з неразвітай турыстычнай інфраструктурай.

Напрыклад, інтэрнэт-партал [izi.TRAVEL](#) дазваляе кожнаму жадаючаму распрацаваць уласны аўдыягід або квест [4]. Аб'екты сядзібна-паркавай спадчыны Беларусі, у параўнанні з іншымі катэгорыямі спадчыны, прадстаўлены нязначна. Аўдыягіды распрацаваны, галоўным чынам, для ключавых турыстычных цэнтраў і музеефікаваных сядзібна-паркавых комплексаў.

Добра прадуманая і правільна арганізаваная навігацыйна-інфармацыйная сістэма значна павялічвае турыстычны патэнцыял сядзібна-паркавых комплексаў, робіць іх прывабнымі для наведвання арганізаванымі і індывідуальнымі турыстамі. Пры адносна невялікіх грашовых укладаннях, распрацоўка падобнай сістэмы дазваляе ўключыць у экскурсійныя маршруты сядзібы ў любой ступені захаванасці. Цэласнае прадстаўленне культурнага ландшафту сядзібна-паркавых комплексаў павышае іх турыстычную даступнасць, дазваляе ўключыць у турыстычны прадукт новыя аб'екты.

### Спіс літаратуры

1. Герасіме́нак, Д. В. Музеефікацыя сядзібна-паркавых комплексаў Рэспублікі Беларусь як сродак актуалізацыі гісторыка-культурнай спадчыны : дыс. на саісканне вуч. ступ. канд. культ. : спец. 24.00.03 Музейзнаўства, кансервацыя і рэстаўрацыя гісторыка-культурных аб'ектаў / Д. В. Герасіме́нак. – Мінск, 2018. – 139 л.
2. Культурный ландшафт как объект наследия / под ред. Ю. А. Веденина, М. Е. Кулешовой. – М. : Ин-т наследия ; СПб. : Дмитрий Буланин, 2004. – 620 с.
3. Филипчик, Д. В. Оценка туристического потенциала дворцово-парковых ансамблей и усадебно-парковых комплексов Беларуси / Д. В. Филипчик. – Минск : Белстан, 2023. – 320 с.
4. О шляхетском гнезде... [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://izi.travel/ru/45c7-o-shlyahetskom-gnezdev-smilovichah/ru>. – Дата доступа: 20.11.2022.

## **ПОТЕНЦИАЛ ГОСУДАРСТВЕННЫХ ИНФОРМАЦИОННЫХ РЕСУРСОВ ОБ ИСТОРИКО-КУЛЬТУРНОМ НАСЛЕДИИ РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ В РАЗВИТИИ КУЛЬТУРНО-ПОЗНАВАТЕЛЬНОГО ТУРИЗМА**

**Г. Н. Ходор**

Министерство культуры Республики Беларусь,  
пр. Победителей, 11, 220004,  
г. Минск, Беларусь, 80172001416@mail.ru

**Аннотация.** В статье рассматриваются пути вовлечения объектов историко-культурного наследия Беларуси в туристический оборот, а также анализируются процессы создания и наполнения государственных информационных ресурсов об историко-культурном наследии – [gossipok.gov.by](http://gossipok.gov.by), [heritage.gov.by](http://heritage.gov.by) и [living-heritage.by](http://living-heritage.by), приводится оценка их современной роли в развитии культурно-познавательного туризма.

**Ключевые слова:** историко-культурное наследие, Банк сведений об историко-культурном наследии Республики Беларусь, Государственный список историко-культурных ценностей Республики Беларусь, культурно-познавательный туризм.

**Образец цитирования:** Ходор, Г. Н. Потенциал государственных информационных ресурсов об историко-культурном наследии Республики Беларусь в развитии культурно-познавательного туризма / Г. Н. Ходор // Перспективы развития туризма в современных условиях: мировые тенденции и региональные контексты : материалы III Междунар. науч.-практ. конф., Минск, 28 сент. 2023 г. / Национальное агентство по туризму ; редкол.: И. Н. Воронович (предс.) [и др.]. – Минск, 2023. – С. 111–124.

# POTENTIAL OF STATE INFORMATION RESOURCES ON HISTORICAL AND CULTURAL HERITAGE OF THE REPUBLIC OF BELARUS IN THE DEVELOPMENT OF CULTURAL AND EDUCATIONAL TOURISM

**G. Khodor**

Ministry of Culture of the Republic of Belarus,  
Winners Avenue, 11, 220004,  
Minsk, Belarus, 80172001416@mail.ru

**Abstract.** The article discusses ways to involve objects of historical and cultural heritage of Belarus in tourist circulation, as well as analyzes the modern processes of creating and filling state information resources on historical and cultural heritage – gosspisok.gov.by, heritage.gov.by and living-heritage.by, provides an assessment of their role in the development of cultural and educational tourism.

**Keywords:** historical and cultural heritage, Bank of information on historical and cultural heritage of the Republic of Belarus, State list of historical and cultural values of the Republic of Belarus, cultural and educational tourism.

**For citation:** Khodor, G. Potential of state information resources on the historical and cultural heritage of the Republic of Belarus in the development of cultural and educational tourism / G. Khodor // Prospects for the development of tourism in modern conditions: global trends and regional contexts : materials of the III Int. sci.-pract. conf., Minsk, 28 Sept. 2023 / National Agency for Tourism ; ed.: I. Voronovich (chair.) [et al.]. – Minsk, 2023. – P. 111–124.

В Беларуси проводится широкий спектр мероприятий по сохранению, восстановлению и использованию объектов историко-культурного наследия (далее – ИКЦ). Данная деятельность широко отражается на порталах государственных информационных ресурсов. Принимаются комплексные меры по вовлечению объектов ИКЦ в хозяйственный и туристический оборот с учетом нового функционального назначения [12].



Памятники архитектуры, археологии, истории, искусства, элементы традиционной культуры являются значительным туристическим ресурсом. Во всем мире известны выдающиеся достопримечательности и традиции Беларуси, оказавшие влияние на развитие отечественной и мировой культуры. На сегодняшний день Республика Беларусь представлена в списках ЮНЕСКО 4 материальными объектами и 5 нематериальными проявлениями творчества человека [7].

Вместе с тем богатая база данных об ИКЦ остается практически незадействованной либо представленной в незначительном объеме на туристических порталах Беларуси, в туристических разделах сайтов местных органов [6].

В современных условиях развития внутреннего туризма, импортозамещения в туристической отрасли работа с такими специализированными государственными информационными ресурсами помогает заново открывать свою страну, ее богатое культурное наследие как для туроператоров, так и для туристов, шире вовлекать ИКЦ в туристическую деятельность. Поэтому рассмотрим наиболее важные информационные ресурсы в данном направлении. Популяризация и учет историко-культурного наследия организованы через наполнение следующих государственных информационных ресурсов:

сайт [livingheritage.by](http://livingheritage.by) – Национальный инвентарь нематериального культурного наследия Беларуси, ведется с 2012 г. [11];

сайт [gossipisok.gov.by](http://gossipisok.gov.by) – основной документ учета историко-культурных ценностей Беларуси – Государственный список историко-культурных ценностей Республики Беларусь (далее – Госсписок), создан в 2020 г. [3];

сайт [heritage.gov.by](http://heritage.gov.by) – Банк сведений об историко-культурном наследии Республики Беларусь (далее – Банк сведений), создан в 2022 г. [2].

В 2022 г. во взаимодействии Министерства культуры и Национального кадастрового агентства на Публичной кадастровой карте Республики Беларусь появился новый слой «памятники архитектуры» [10].

Министерство культуры оказывает активное содействие Министерству спорта и туризма в развитии внутреннего туризма. Учреждениями культуры проводится активная работа по формированию ресурсной базы, расширению целевой аудитории и информационному продвижению культурно-познавательного туризма.

С 2021 г. реализуются мероприятия дорожной карты развития культурно-познавательного туризма в Беларуси, утвержденной

приказом Министерства культуры от 26.10.2021 № 187 [4]. В соответствии с пунктом 4 решения коллегии Министерства культуры от 25.06.2021 № 60 на сайтах областных, городских и районных исполнительных комитетов созданы и ведутся на постоянной основе разделы и рубрики, посвященные историко-культурному наследию [7].

В Республике Беларусь свыше 13,75 тысячи собственников (пользователей) материальных ИКЦ, более 1,45 тысячи носителей нематериальных проявлений творчества человека, с которыми организована системная работа по сохранению ИКЦ. Только 5,8 % от общего числа ИКЦ находится в собственности учреждений культуры, в том числе 1,5 % (82 объекта) республиканской и 4,3 % (231 объект) коммунальной форм собственности [14].

**Государственный список историко-культурных ценностей Республики Беларусь.** ИКЦ Беларуси представляет собой совокупность наиболее отличительных результатов и свидетельств исторического, культурного и духовного развития народа Беларуси, воплощенных в историко-культурных ценностях, включенных в Госсписк [3]. По состоянию на 01.07.2023 в Госсписк включено 5670 ИКЦ, в том числе: памятников архитектуры – 1829; памятников градостроительства – 13; памятников истории – 1217; памятников археологии – 2227; памятников искусства – 67; заповедных мест – 4; движимых ИКЦ – 136; нематериальных ИКЦ – 177 [15].

В целях популяризации наследия Министерством культуры в 2020 г. создан поисковый сайт [gospisok.gov.by](http://gospisok.gov.by), который является государственным информационным ресурсом, позволяющим любому пользователю оперативно находить информацию об историко-культурных ценностях, в том числе через мобильные устройства, по заданным параметрам: регион, вид ИКЦ, категория, адрес, название [3]. Постановлением Министерства культуры от 03.01.2023 № 1 Госсписк утвержден в качестве основного документа учета ИКЦ и также доступен в правовых ресурсах страны в качестве ненормативного правового акта [1].

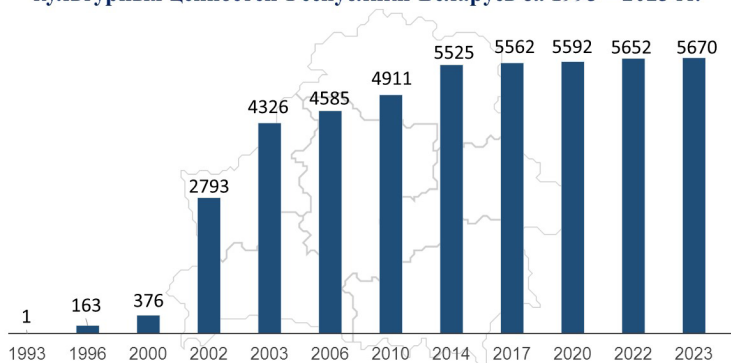
В соответствии со статьей 96 Кодекса Республики Беларусь о культуре [5] объекты и элементы представлены в Госсписке в зависимости от их значимости и достоинств в разрезе категорий следующим образом:

0,3 % – категории «0» (всемирного значения) 17 ИКЦ;

2,1 % – категории «1» (международное значение) 123 ИКЦ;

12 % – категории «2» (национальное значение) 680 ИКЦ;  
 82,6 % – категории «3» (региональное значение) 4673 ИКЦ;  
 0,8 % – категории «А» (нематериальные аутентичные) 43 ИКЦ;  
 2,2 % – категории «Б» (нематериальные воссозданные) 134 ИКЦ.

### Динамика расширения Государственного списка историко-культурных ценностей Республики Беларусь за 1993 – 2023 гг.



По информации, предоставленной местными органами, на сегодняшний день в республиканские туристические маршруты включены ИКЦ категории «0» (всемирного значения) – 100 %, категории «1» (международного значения) – 90 %, категории «2» (национального значения) – 41 %, категории «3» – 15 %.

В местные туристические маршруты включены ИКЦ категории «0» (всемирного значения) – 100 %, категории «1» (международного значения) – 99 %, категории «2» (национального значения) – 65 %, категории «3» – 30 %.

Стоит отметить, что объекты ИКЦ высокой привлекательности категории «0», «1», «2» практически полностью вовлечены в туристическую деятельность [14].

В то же время объекты рядовой исторической застройки, типовые произведения монументального искусства (obelisks, мемориальные доски), которые имеют безусловные исторические, архитектурные и художественные достоинства с точки зрения охраны историко-культурного наследия, имеют невысокую привлекательность

для организованных туристических групп. Например, в Минске из 640 объектов ИКЦ оцениваются привлекательными для туроператоров лишь 20 % памятников архитектуры. Отдельная категория памятников археологии (селища, бескурганые захоронения) зрительно не просматривается на земельном участке туристом, такие объекты могут быть идентифицированы лишь научным специалистом археологического профиля. Памятники археологии составляют 39 % Госсписка и только 0,5 % – это ИКЦ «0», «1», «2» [3]. Незначительную степень привлекательности имеют объекты ИКЦ, расположенные в зоне отселения, приграничных зонах, на землях лесного фонда либо землях сельскохозяйственного назначения. С учетом обозначенного отдельные объекты ИКЦ, охраняемые государственным, имеют невысокий спрос у субъектов туристической деятельности.

Вместе с тем в последние годы можно наблюдать переоценку туристического потенциала объектов ИКЦ за счет разработки новых туристических маршрутов либо включения ИКЦ в существующие, развитие новых региональных брендов.

По решению коллегии Министерства культуры от 28.11.2022 № 114 в стране активизирован ряд мероприятий по вовлечению в туристический оборот объектов ИКЦ, среди которых создание календаря культурных мероприятий на 2023 г., аттестация музейных работников для проведения экскурсий на ИКЦ, а также наполнение Банка сведений и расширение Госсписка в целях развития культурно-познавательного туризма и сохранения объектов ИКЦ [14].

Одним из направлений в развитии культурно-познавательного туризма является постоянная работа по расширению Госсписка [16].

За 2022 – первую половину 2023 г. Госсписок пополнился 26 новыми объектами, в том числе: 19 нематериальных проявлений творчества человека (шифры 43БК000163, 53БК000164, 13БК000168, 13БК000169, 83БК000167, 13БК000155–53БК000159, 23БК000161, 33АК000162, 83БЛ 000170, 23БЛ 000171–73БЛ 000175): традиции приготовления и потребления блюд из тертого картофеля (драники, картофельные блины, бабка и др.) в 6 областях, традиционная колядная батлейка «Витебский жлоб» в Витебске и Новополоцке, традиция изготовления припятского челна в д. Перерев Житковичского района, Мирская батлейка, технология изготовления глиняных народных игрушек-свистулек Могилевского Поднепровья, традиционная роспись на стекле в Березовском и Пружанском районах, традици-

онная технология ткачества «кожушком» на Малоритчине, культуры белорусской дуды на территории Витебской, Гродненской, Могилевской, Минской областей и в Минске; 1 памятник градостроительства (шифр 513Е 000774): исторический центр Бобруйска; 3 памятника архитектуры (шифры 613Г000675, 413Г000773, 413Г000774): усадебный дом Бонч-Осмаловских 1895 г. в аг. Блонь Пуховичского района Минской области, часовня деревянная 1810 г. в д. Поляны Оршанского района и церковь 1818 г. в аг. Большие Шиловичи Слонимского района Гродненской области; 3 памятника истории (шифры 121Д000102, 721Д000103, 713Д000386): кирпич с надписью: «Умираем не срамя» 1941 г. (ГУ «Мемориальный комплекс “Брестская крепость-герой”») и фрагменты стены Брестской крепости 1941 г. (Белорусский государственный музей истории Великой Отечественной войны), памятник танкистам-освободителям в Минске [7].

Отмеченные объекты уже стали региональными культурными брендами и местами притяжения туристов.

**Национальный инвентарь нематериального культурного наследия Беларуси.** Использование нематериальных ИКЦ в туристической деятельности имеет свои особенности. С одной стороны, процесс вовлечения в туристический оборот традиционных календарных празднеств, широкая реализация туристу изделий народного творчества отличаются простотой, с другой – бытование определенных обрядов, традиций носит сакральный характер для сообществ и групп, которые их практикуют, в связи с чем посещение туристов, СМИ должно происходить с соблюдением Этических принципов, разработанных ЮНЕСКО в 2016 г. [8, 20]. Этические принципы являются набором всеобъемлющих принципов, которые широко признаются в качестве передовой практики на международном уровне и являются базой для разработки специальных кодексов этики с учетом региональных особенностей. Любую работу по включению нематериальных ИКЦ в туристическую деятельность нужно строить с учетом этических принципов [13, 20].

Республика Беларусь одной из первых стран мира ратифицировала Конвенцию об охране нематериального культурного наследия 2003 г. [20].

В 2012 г. при поддержке ЮНЕСКО был создан сайт «Живая спадчына Беларусі» [11]. Сайт содержит текстовые описания, материалы фото-, аудио- и видеofиксации, выполняет задачи по учету

и публикации результатов идентификации и инвентаризации нематериальных историко-культурных ценностей, методическому сопровождению подготовки предложений о придании историко-культурной ценности. Сегодня в инвентарь включены сведения о 49 ремеслах, 24 традиционных церемониях, 20 исполнительских искусствах, 11 традициях кухни, 6 проявлениях мировоззрения и мифологии, 5 устных традициях [20]. Ведением Национального инвентаря нематериального культурного наследия занимается Белорусский государственный университет культуры и искусств.

Презентация богатого образовательного, научного и туристического потенциала нематериального культурного наследия Беларуси была представлена в рамках работы Международного научно-практического семинара СНГ «Сохранение нематериального историко-культурного наследия стран СНГ в контексте глобальных вызовов» в Минске 15–17 ноября 2022 г. В рамках данного семинара впервые в Беларуси состоялся концерт «Традиции и преемники» с участием носителей нематериального культурного наследия со всех регионов Беларуси и общереспубликанская выставка по нематериальному культурному наследию. Издан сборник докладов по нематериальному культурному наследию стран СНГ и буклет по нематериальному историко-культурному наследию Беларуси [11, 13].

Нематериальное ИКЦ обладает значительным туристическим потенциалом. Например, соломоплетение Беларуси, получившее статус ЮНЕСКО в 2022 г., представлено более 200 мастерами и ремесленниками, проживающими в 85 районах и городах страны [19].

В 2023 г. в ЮНЕСКО направлены новые белорусские номинации «Белорусское искусство вытинанки» (рассмотрение запланировано в 2024 г.) и «Неглюбская народная текстильная традиция». Носителями искусства белорусской вытинанки являются около 300 мастеров в 48 регионах Беларуси.

В 2023 г. в рамках 20-летия Конвенции об охране нематериального культурного наследия 2003 г. Министерством культуры совместно с Республиканским центром национальных культур подготовлена передвижная выставка «Дакрануцца душой да спадчыны», призванная познакомить с нематериальным достоянием страны граждан во всех регионах Беларуси.

**Банк сведений об историко-культурном наследии Республики Беларусь.** Банк сведений является государственным информационным

ресурсом, представляющим собой систематизированный сбор сведений об отличительных результатах и свидетельствах исторического, культурного и духовного развития белорусов. В Банке сведений хранятся разделы научно-проектной документации на выполнение работ на ИКЦ, иные материалы (фотографии, схемы, архивные данные), которые касаются ИКЦ, а также текстовые описания и исторические справки.

Порядок формирования, ведения и использования Банка сведений регулируется статьей 102 Кодекса [5]. В соответствии с приказом Министерства культуры 12.01.2021 № 1 полномочия по ведению и формированию Банка сведений делегированы Национальной библиотеке Беларуси. В штатном расписании Национальной библиотеки Беларуси создан сектор формирования Банка сведений. В рамках реализации подпрограммы 1 «Культурное наследие» Государственной программы «Культура Беларуси» на 2021–2025 гг. проведена модернизация Банка сведений, регистрация доменного имени ресурса [heritage.gov.by](http://heritage.gov.by) [9].

С 01.05.2022 Банк сведений размещен в защищенной виртуальной инфраструктуре ООО «Белорусские облачные технологии». В настоящее время Банк сведений доступен в сети Интернет через веб-приложение, состоящее из двух точек входа: публичный сайт (просмотр данных из Банка сведений, разделенных по фильтрам и с возможностью поиска, в привлекательном пользовательском интерфейсе) и администраторская панель из 14 разделов электронного паспорта ИКЦ.

В целях популяризации туристического потенциала историко-культурного наследия Беларуси и содействия по вовлечению объектов ИКЦ в туристическую деятельность Министерством культуры совместно с местными органами на протяжении 2023 г. осуществляется работа по наполнению государственного информационного ресурса «Банк сведений об историко-культурном наследии Республики Беларусь» ([heritage.gov.by](http://heritage.gov.by)) актуальной текстовой, графической информацией и фотоматериалами, доступной для широкой аудитории [2].

По состоянию на 01.07.2023 на 57 % завершено наполнение Банка сведений [15].

Возможности данного ресурса позволяют показать роль государства в сохранении ИКЦ. Необходимо отметить, что в Республике Беларусь проводится большая работа по реставрации и восстановлению объектов ИКЦ с целью поддержания их надлежащего технического состояния, приспособления под новые функции и вовлечения их

в туристический и культурный оборот. Приоритетные объекты реставрации (ремонта) определены на уровне государственных программ, а также областных инвестиционных программ и региональных комплексов мероприятий. Кроме того, ремонтно-реставрационные работы на историко-культурных ценностях финансируются за счет средств фонда Президента Республики Беларусь по поддержке культуры [9, 18].

За последние годы на базе восстановленных и отреставрированных ИКЦ появились новые туристические объекты: Лидский, Гольшанский, Кревский замки, Старый замок в Гродно, Коссовский дворец, здание музея В. К. Бялыницкого-Бирули в Могилеве, родовое имение Н. Орды в урочище Красный Двор Ивановского района, музей под открытым небом в археологическом комплексе «Юровичи», часовня в аг. Закозель Дрогичинского района, форт № 5 в составе фортификационных сооружений Брестской крепости, мемориальный комплекс «Рыленки» в д. Рыленки Дубровенского района, Лепельский музей (здание бывшего винного завода по ул. Советской, 42 в г. Лепель), здание конюшни в составе ансамбля бывшего дворца Огинских в аг. Залесье, театральный корпус и северо-восточная аркада Ружанского дворца, дворцово-парковый ансамбль Булгаков в аг. Жиличи Кировского района, дворцово-парковый ансамбль в д. Святск Гродненского района и др.

Среди знаковых восстановленных объектов также можно отметить Борисоглебскую (Коложскую) церковь в Гродно, стадион «Динамо» в Минске, Успенский монастырь в д. Пустынки Мстиславского района, обелиск «Минск – город-герой», многофункциональный духовно-просветительский комплекс зданий Белорусской Православной Церкви по ул. Освобождения, 6 и 6А в Минске, здание бывшего Спасского монастыря по ул. 17 Сентября, 11 в Кобрине, каменное иудейское культовое сооружение (чистилище) XVII–XIX вв. в Шклове, часовню-усыпальницу Паскевичей в Гомеле, бывший коллегиум иезуитов в Мстиславле, комплекс бывшего коллегиума иезуитов в аг. Юровичи Калинковичского района, церковь Рождества Пресвятой Богородицы в д. Мурованка Щучинского района [17, 18].

Одним из индикаторов выполнения Программы деятельности правительства на период до 2025 г. и Государственной программы «Культура Беларуси» на 2021–2025 гг. является приспособление под современные нужды 28 ранее не используемых памятников архитектуры.



Данный показатель является репрезентативным, т. к. отражает реальную работу по вовлечению в хозяйственный и (или) туристический оборот неиспользуемых историко-культурных ценностей [9]. Работа по вовлечению в туристический оборот объектов историко-культурного наследия осуществляется также в рамках реализации областных и г. Минска планов на 2022–2025 гг. по сохранению 280 неиспользуемых и руинированных объектов ИКЦ с поэтапными действиями по каждому объекту (далее – Планы). В целях привлечения инвесторов на платформе Национального агентства инвестиций и приватизации ([investinbelarus.by](http://investinbelarus.by)) размещена информация о более 80 ИКЦ.

14 объектов ИКЦ вовлечены в хозяйственный и туристический оборот в 2022 г. и столько же планируется вовлечь по итогам 2023 г. В первом полугодии 2023 г. аттестацию в Национальном агентстве по туризму прошли 13 сотрудников музеев, во втором полугодии 2023 г. планируют пройти не менее 24 сотрудников музеев. Среди неиспользуемых объектов ИКЦ, вовлекаемых в туристический оборот в 2023 г., можно также отметить усадьбу Рейтанов в д. Грушевка Ляховичского района, часовню в д. Дубое Пинского района, здание по пр. Скорины, 3 в Полоцке, здание Большой Любавичской синагоги в Витебске, руины церкви в аг. Ленино Добрушского района, остатки бывшей усадьбы Огинских в д. Ручицы Вилейского района, дворцово-парковый ансамбль в г. п. Смиловичи Червенского района, здание бывшей иешивы в Воложине.

Сегодня продолжают масштабные работы в Гольшанском, Кревском, Новогрудском, Ружанском замках, Спасо-Преображенской церкви в Полоцке, Свято-Успенском соборе в г. п. Жировичи Слонимского района, костеле Божьего Тела в Несвиже [15].

Актуальные сведения об объектах ИКЦ и их изображения любой пользователь может отыскать в Банке сведений [2]. Данная информация может быть использована для работы официального туристического портала Республики Беларусь и других ресурсов. Подробная систематизированная информация об ИКЦ вызывает живой интерес пользователя, делает его потенциальным туристом.

Таким образом, возможности созданных сайтов об ИКЦ для туристической сферы чрезвычайно велики. Представляется, что на сегодняшний день при работе с таким туристическим ресурсом, как ИКЦ, необходимо по каждому такому объекту или элементу обращаться к сайтам [gospisok.gov.by](http://gospisok.gov.by), [heritage.gov.by](http://heritage.gov.by) и [living-heritage.by](http://living-heritage.by).

### Список литературы

1. Аб зацвярджэнні Дзяржаўнага спіса гісторыка-культурных каштоўнасцей Рэспублікі Беларусь [Электронны ресурс] : постановление Министерства культуры Республики Беларусь от 03.01.2023 № 1 (ред. ад 30.05.2023). – Режим доступа: <http://gossписок.gov.by/>. – Дата доступа: 30.06.2023.
2. Банк сведеній об историко-культурном наследии Республики Беларусь / Банк звестак аб гісторыка-культурнай спадчыне Рэспублікі Беларусь [Электронны ресурс]. – Режим доступа: [heritage.gov.by](http://heritage.gov.by/). – Дата доступа: 30.06.2023.
3. Государственный список историко-культурных ценностей Республики Беларусь / Дзяржаўны спіс гісторыка-культурных каштоўнасцей Рэспублікі Беларусь [Электронны ресурс]. – Режим доступа: [gossписок.gov.by](http://gossписок.gov.by/). – Дата доступа: 30.06.2023.
4. «Дорожная карта» по развитию культурно-познавательного туризма в Беларуси : приказ Министерства культуры от 26.10.2021 № 187 // Текущий архив Министерства культуры Республики Беларусь, 2021. – 6 с.
5. Кодэкс Рэспублікі Беларусь аб культуры [Электронны ресурс] : Кодекс Республики Беларусь от 20.07.2016 № 413-3 (ред. от 21.07.2022) : (с изм. и доп., вступившими в силу с 01.01.2023) // Национальный правовой Интернет-портал Республики Беларусь. – Режим доступа: <https://pravo.by/docum ent/?guid=12551&p0=Hk1600413>. – Дата доступа: 30.06.2023.
6. Культурно-познавательный туризм [Электронный ресурс] / Официальный туристический портал Республики Беларусь. – Режим доступа: [ru.belarus.travel/gubrics/cultural](http://ru.belarus.travel/gubrics/cultural). – Дата доступа: 30.06.2023.
7. Наследие [Электронный ресурс] / сайт Министерства культуры Республики Беларусь. – Режим доступа: [kultura.by](http://kultura.by). – Дата доступа: 30.06.2023.
8. Филипчик, Д. В. Материалы по использованию нематериального культурного наследия для развития туризма в Республике Беларусь : сборник материалов / Д. В. Филипчик. – Минск : Колорград, 2022. – 125 с.
9. О Государственной программе «Культура Беларуси» на 202 – 2025 гг. : постановление Совета Министров Республики Беларусь от 29.01.2021 № 53 (ред. от 30.01.2023) // Национальный

- правовой Интернет-портал Республики Беларусь. – Режим доступа: – Дата доступа: 30.06.2023.
10. Публичная кадастровая карта Республики Беларусь [Электронный ресурс]. – Режим доступа: [map.nca.by](http://map.nca.by). – Дата доступа: 30.06.2023.
  11. Жывая спадчына Беларусі: інвентар нематэрыяльнай культурнай спадчыны [Электронный ресурс]. – Режим доступа: [living-heritage.by](http://living-heritage.by). – Дата доступа: 30.06.2023.
  12. Сборник информационно-методических материалов по охране историко-культурного наследия Беларуси / сост. Г. Н. Ходор. – Гомель, 2023. – 204 с.
  13. Сохранение нематериального историко-культурного наследия стран СНГ в контексте глобальных вызовов : Междунар. науч.- практ. семинар, Минск, 15–17 нояб. 2022 г. : сб. науч. ст. / М-во культуры Респ. Беларусь, Белорус. гос. ун-т культуры и искусств, Межгосудар. фонд гуманитарного сотрудничества государств – участников СНГ ; редкол.: Н. В. Карчевская [и др.]. – Минск : БГУКИ, 2022. – 440 с.
  14. О сохранении, учете и вовлечении в хозяйственный и туристический оборот объектов историко-культурного наследия : справка к заседанию коллегии Министерства культуры Республики Беларусь от 28.11.2022 // Текущий архив Министерства культуры Республики Беларусь, 2022. – 23 с.
  15. О состоянии работы на знаковых объектах историко-культурного наследия Республики Беларусь. Анализ международного и национального сотрудничества : справка к заседанию коллегии Министерства культуры Республики Беларусь от 21.06.2023 // Текущий архив Министерства культуры Республики Беларусь, 2023. – 14 с.
  16. Ходор, Г. Н. Подготовка предложений о расширении Государственного списка историко-культурных ценностей Республики Беларусь : практические рекомендации / Г. Н. Ходор // 8-я Междунар. науч.-практ. конф., посвящ. Году малой родины в Республике Беларусь. – БГУКИ, 2019.
  17. Ходор, Г. Н. Государственная политика в области охраны историко-культурного наследия – фактор национальной безопасности / Г. Н. Ходор // Историческая политика и память о прошлом в контексте обеспечения национальной

- безопасности (ко Дню народного единства и 145-летию со дня рождения Ф. Э. Дзержинского) : материалы межведомств. науч.-практ. конф., Минск, 20 сент. 2022 г. / Ин-т нац. безопасности Респ. Беларусь; редкол.: Г. Г. Краско [и др.]. – Минск, 2022. – С. 148–154.
18. Ходор, Г. Беларусь: государство управляет замками / Г. Н. Ходор // *Охраняется государством*. – 2022.– № 3. –С. 88–99.
  19. Ходор, Г. Н. Белорусское золото. Плетение из соломки: традиции и современность [Электронный ресурс] / Г. Н. Ходор // *Вестник Комиссии Российской Федерации по делам ЮНЕСКО*. – 2022, сентябрь. – Режим доступа: <http://unesco.ru/news/50-straw-weaving/>. – Дата доступа: 01.10.2022.
  20. Ходор, Г. Н. Механизмы государственного управления процессами охраны нематериального историко-культурного наследия: опыт Республики Беларусь / Г. Н. Ходор // *Сохранение нематериального историко-культурного наследия стран СНГ в контексте глобальных вызовов : Междунар. науч.-практ. семинар, Минск, 15–17 нояб. 2022 г. : сб. науч. ст.* – Минск : БГУКИ, 2022. – С. 61–78.

# НОРМАТИВНО-ПРАВОВОЕ РЕГУЛИРОВАНИЕ ТУРИСТИЧЕСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ В РЕСПУБЛИКЕ БЕЛАРУСЬ

УДК 659.1

## СОЦИАЛЬНАЯ РЕКЛАМА В ГОСУДАРСТВЕННОМ УПРАВЛЕНИИ: КОНКУРС СОЦИАЛЬНОЙ РЕКЛАМЫ «#ПОЗНАЙБЕЛАРУСЬ»

**И. Н. Воронович**

Министерство спорта и туризма Республики Беларусь,  
ул. Кирова, 8, корп. 2, 220030, г. Минск, Беларусь,  
director.tourism@mst.gov.by

**Аннотация.** В статье рассматривается социальная реклама в контексте государственного управления, в частности ее реализация на основе Закона Республики Беларусь «О рекламе». С 2021 г. внедрена практика проведения конкурса социальной рекламы «#Познай-Беларусь»: делается акцент как на особенностях проведения, так и на анализе имеющегося опыта с конкретными примерами победителей.

**Ключевые слова:** социальная реклама, конкурс социальной рекламы, государственное управление, «Познай Беларусь».

**Образец цитирования:** Воронович, И. Н. / Социальная реклама в государственном управлении: конкурс социальной рекламы «#ПознайБеларусь» / И. Н. Воронович // Перспективы развития туризма в современных условиях: мировые тенденции и региональные контексты : материалы III Междунар. науч.-практ. конф., Минск, 28 сент. 2023 г. / Национальное агентство по туризму ; редкол.: И. Н. Воронович (предс.) [и др.]. – Минск, 2023. – С. 125–135.

# **SOCIAL ADVERTISING IN PUBLIC ADMINISTRATION: SOCIAL ADVERTISING CONTEST «#POZNAIBELARUS»**

**I. Voronovich**

Ministry of Sport and Tourism of the Republic of Belarus,  
Kirov Street, 8/2, 220030, Minsk, Belarus,  
director.tourism@mst.gov.by

**Annotation.** The article deals with social advertising in the context of public administration, in particular its implementation on the basis of the Law of the Republic of Belarus «On Advertising». Since 2021 the practice of holding the contest of social advertising «#PoznaiBelarus» has been introduced: the emphasis is made both on the peculiarities of holding and analysis of the existing experience, with specific examples of winners.

**Keywords:** Social Advertising, Social Advertising Contest, Public Administration, «Poznai Belarus».

**For citation:** Voronovich, I. / Social Advertising in Public Administration: Social Advertising Contest «#PoznaiBelarus» / I. Voronovich // Prospects for the development of tourism in modern conditions: global trends and regional contexts : materials of the III Int. sci.-pract. conf., Minsk, 28 Sept. 2023 / National Agency for Tourism ; ed.: I. Voronovich (chair.) [et al.]. – Minsk, 2023. – P. 125–135.

Происходящие процессы в современном обществе все больше констатируют возрастающую роль средств массовой коммуникации, где социально значимая информация занимает определенную нишу в информационном пространстве, в том числе и в сфере туризма. Значимая роль отводится государственному управлению в цепочке эффективной коммуникации в виде целенаправленного информационного взаимодействия с разными социальными группами и обществом в целом. Актуальным вопросом по-прежнему является «проблема информирования и механизмов донесения стратегии развития государства, основных социальных ценностей до всех слоев общества.

Социальная реклама как вид рекламной коммуникации призвана генерировать создание и распространение общественно значимых

ценностей и выступает как важнейший элемент информационного обеспечения общества» [5, с. 114].

В Республике Беларусь вопросы социальной рекламы находятся в компетенции Министерства антимонопольного регулирования и торговли Республики Беларусь (действует Межведомственный совет по рекламе). На сайте министерства размещены сведения о должностных лицах государственных органов, ответственных за размещение (распространение) социальной рекламы.

Согласно статье 2 Закона Республики Беларусь «О Рекламе» социальная реклама – это реклама прав, охраняемых законом интересов или обязанностей организаций или граждан, явлений (мероприятий) в сферах здравоохранения, образования, культуры, физической культуры и спорта, социальной защиты населения, обеспечения государственной и (или) общественной безопасности, охраны окружающей среды, рационального использования природных, топливно-энергетических и других видов ресурсов, в том числе по вопросам охраны здоровья населения, пропаганды здорового образа жизни, деятельности хосписов, благотворительных фондов, сохранения историко-культурного, духовного наследия, профилактики правонарушений, чрезвычайных ситуаций природного и техногенного характера, развития международного сотрудничества в указанных сферах либо иных явлений (мероприятий) социального характера, которая направлена на защиту или удовлетворение общественных или государственных интересов, не носит коммерческого характера и рекламоделателями которой являются государственные органы, если иное не установлено Президентом Республики Беларусь (в ред. Закона Республики Беларусь от 04.01.2021 № 82-3) [2].

К основным признакам социальной рекламы относят:

- направленность на защиту или удовлетворение общественных или государственных интересов;
- некоммерческий характер;
- рекламоделателем всегда является государственный орган.

Социальная реклама, как отмечено на сайте Министерства антимонопольного регулирования и торговли Республики Беларусь, «является одним из видов рекламы, главным предназначением которой является формирование и поддержание в обществе, в сознании людей общечеловеческих ценностей, привлечение внимания к социально значимым проблемам и возможностям их разрешения» [1].

В 2021 г. Департамент по туризму Министерства спорта и туризма Республики Беларусь и Национальное агентство по туризму разработали Положение о проведении Республиканского конкурса социальной рекламы «#ПознайБеларусь» (далее – Положение) и инициировали его проведение с целью привлечения внимания белорусов к путешествиям и внутри страны, в частности в условиях пандемии. Так, организатором конкурса является Министерство спорта и туризма при поддержке Министерства информации, Министерства культуры и Министерства образования. Проведение конкурса осуществляется в соответствии с положениями статьи 927 Гражданского кодекса Республики Беларусь.

В качестве задач, которые определены в Положении, выделяются:

- «формирование позитивного отношения к совершению туристических путешествий внутри страны;
- повышение интереса граждан к посещению туристических ресурсов и иных объектов, привлекательных для туристов и экскурсантов;
- популяризация историко-культурного, военно-патриотического наследия и природного достояния Беларуси;
- вовлечение граждан в социально-культурную жизнь Беларуси;
- расширение возможностей для творческой самореализации участников» [4].

Ежегодно конкурс проводится в течение нескольких месяцев, охватывая период с 1 июня по 27 сентября (Всемирный день туризма). Создание конкурса было приурочено к проведению последнего.

По окончании приема заявок (1 сентября) работает конкурсное жюри. Состав жюри формируется из работников-организаторов, а также работников учреждения «Национальное агентство по туризму», специалистов из сфер средств массовой информации, рекламы и связей с общественностью и иных заинтересованных организаций. Конкурсное жюри оценивает предоставленные работы согласно установленным критериям и вносит результаты в оценочный лист. «Решение конкурсного жюри является окончательным и оформляется протоколом, который подписывается Председателем и членами конкурсного жюри» [4].

Согласно Положению о конкурсе определены следующие номинации: «Слоган», «Видеоролик», «Плакат».

Участие принимают все желающие «юридические и физические лица, в том числе индивидуальные предприниматели [4]. Конкурсные



работы представляются на русском и белорусском языке по выбору участников. Стоит отметить, что, например, номинация «Слоган» из года в год становится самой многочисленной, а победителями становятся работы на белорусском языке. Так, в 2021 г.:

– *«Найлепшая вандроўка – там, дзе родная старонка»* (**1-е место**, Зеленко Сергей Викторович, доцент кафедры медиалингвистики и редактирования факультета журналистики Белорусского государственного университета, г. Минск);

– *«Старажытная і сучасная, таямнічая і вядомая... А якая ТВАЯ Беларусь?»* (**2-е место**, Климова Валерия Витальевна, учащаяся ГУО «Средняя школа № 40 г. Могилева», г. Могилев);

– *«Вандруй! Здзіўляйся! Беларуссю захапляйся!»* (**3-е место**, Глушко Марина Владимировна, учитель ГУО «Средняя школа № 1 г. Ляховичи», г. Ляховичи).

В 2022 г.:

– *«Вандроўкі сцежка ўецца – Беларусь у сэрцы застаецца!»* (**1-е место**, Чуйко Ольга Генриховна, заместитель директора по основной деятельности Государственного учреждения «Островецкий физкультурно-оздоровительный комплекс», г. Островец);

– *«Пазнай Беларусь сэрцам, вачыма. Адзін раз пабачыш – забыць не магчыма!»* (**2-е место**, Веретина Татьяна Анатольевна, заместитель директора по воспитательной работе ГУО «Средняя школа № 26 г. Минска», г. Минск);

– *«Калі ласка, запрашаем: Беларуссю захапляем!»* (**3-е место**, Цымук Елена Валерьевна, педагог-организатор ГУО «Средняя школа № 30 имени Д. Б. Гвишиани г. Бреста», г. Брест).

Участниками становятся представители разных областей Республики Беларусь. Стоит отметить, что особое внимание жюри привлекают работы юных представителей нашей страны и разных областей и районов.

Конкурсные работы в номинации «Видеоролик» среди жюри вызывают особые дебаты, поскольку еще в 2021 г. столкнулись с тем, что работы представлены как профессионалами, так и любителями. Каждая, из которых заслуживает внимания и распространения. Так, в номинации «Видеоролик» в 2021 г. победителями стали:

– *«Аэрогородок Вышемир – место для жизни»* (**1-е место**, Иванчикова Кристина Валерьевна, учитель ГУО «Вышемирский детский сад-средняя школа» Речицкого района, аг. Вышемир);

– «*Верхнедвинск – этот город самый лучший*» (**2-е место**, Богушевич Вячеслав Александрович, заведующий сектором спорта и туризма Верхнедвинского райисполкома, г. Верхнедвинск);

– «*Докшицы*» (**3-е место**, Маркович Ирина Михайловна, председатель учреждения «Докшицкий районный физкультурно-спортивный клуб «Урожай», г. Докшицы).

Среди профессиональных видеороликов члены жюри выделили дополнительные три призовые места:

– «*Астравецкі край*» (**1-е место**, Государственный пограничный комитет Республики Беларусь и фолк-этно-группа PANI malala, г. Минск);

– «*Мірны Мір*» (**2-е место**, Музей «Замковый комплекс «Мир», г. п. Мир);

– «*Нясвіж*» (**3-е место**, государственное учреждение «Национальный историко-культурный музей-заповедник «Несвиж», г. Несвиж).

В 2022 г. победителями стали:

– «*Мае вытокі*» (**1-е место** (делит с Власовец) Лицкевич Диана Сергеевна, учащаяся ГУО «Липский учебно-педагогический комплекс детский сад – средняя школа», аг. Высокая Липа, Несвижский район);

– «*Сцяжынкамі роднай вёскі*» (**1-е место** (делит с Лицкевич), Власовец Диана Александровна, учащаяся ГУО «Яглевичская средняя школа» Ивацевичского района Брестской области, д. Яглевичи);

– «*Приезжайте к нам в Придвинье!*» (**2-е место**, Брезгунов Иван, учащийся ГУО «Октябрьская средняя школа Витебского района им. И. П. Соболева», аг. Октябрьская);

– «*Наша школа – помнік гісторыі*» (**3-е место**, Кудина Юлия Николаевна, Скулкова Алеся Александровна, учащиеся ГУО «Ново-вёсковская средняя школа» Столбцовского района Минской области, д. Великий Двор).

Отдельно члены жюри отметили победителя среди профессиональных видеороликов: «А вы давно были в музее?» (**1-е место**, учреждение культуры «Березовский историко-краеведческий музей», г. Береза).

Особое внимание заслуживает и участие разновозрастных и социальных групп населения. В номинации «Плакат» победителями стали в 2021 г.:

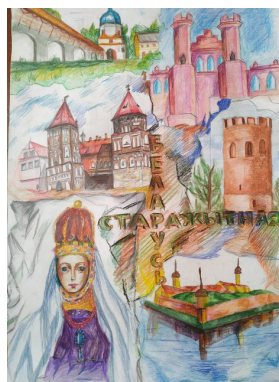
– «*Хлебосольная Беларусь*» (**1-е место**, Шаферова Марина Александровна, педагог-организатор ГУО «Средняя школа № 20 г. Бобруйска», г. Бобруйск);

– «*Беларусь старажытная*» (2-е место, Кучер Дарья Алексеевна, учащаяся ГУО «Детская школа изобразительных искусств им. В. А. Домарада г. Бобруйска» г. Бобруйск);

– «*Напоўні сваё сэрца Радзімай*» (3-е место, Шалесный Алексей Константинович, учащийся ГУО «Учебно-педагогический комплекс Новосёлковский ясли-сад-базовая школа Слонимского района», д. Новосёлки).



Автор М. А. Шаферова



Автор Д. А. Кучер



Автор А. К. Шалесный

В 2022 г.:

– «Узнай большую историю маленькой страны!» и «Адкрый сапраўдную Беларусь!» (**1-е место**, Ласута Яна Николаевна, учитель-дефектолог ГУО «Козенская средняя школа Мозырского района», д. Козенки);

– «Беларусь гэта мы» (**2-е место**, Рафальский Владимир Сергеевич, учащийся Волковысского колледжа УО «Гродненский государственный университет имени Янки Купалы», г. Волковыск);

– «Орша – колыбель белорусского льна» (**3-е место**, Маханенко Алеся Михайловна, работник УО «Оршанский государственный профессиональный лицей текстильщиков им. Г. В. Семёнова», г. Орша).



Автор Я. Н. Ласута



Автор Я. Н. Ласута



Автор В. С. Рафальский



Автор А. М. Маханенко

Конкурсные работы размещаются в социальных сетях и на сайтах Национального агентства по туризму (Итоги Республиканского конкурса социальной рекламы «#ПознайБеларусь» (belarustourism.by); Итоги II Республиканского конкурса социальной рекламы «#ПознайБеларусь» (belarustourism.by).

За период проведения конкурса социальной рекламы «#ПознайБеларусь» список участников представлен следующим количеством участников, в том числе и в разрезе областей.

2021 год								
Номинация	Регион							Итого по номинации
	Брестская область	Витебская область	Гомельская область	Гродненская область	Минская область	Могилевская область	г. Минск	
Видеоролик	18	21	12	24	15	13	17	120
Плакат	27	33	29	33	25	30	38	215
Слоган	28	38	35	52	42	27	48	270
Итого	73	92	76	109	82	70	103	
Всего заявок								605
2022 год								
Номинация	Регион							Итого по номинации
	Брестская область	Витебская область	Гомельская область	Гродненская область	Минская область	Могилевская область	г. Минск	
Видеоролик	4	24	12	19	12	11	6	88
Плакат	10	15	30	45	22	14	7	143
Слоган	28	40	40	59	44	21	44	276
Итого	42	79	82	123	78	46	57	
Всего заявок								507
2023 год по состоянию на 7 сентября								
Номинация	Регион							Итого по номинации
	Брестская область	Витебская область	Гомельская область	Гродненская область	Минская область	Могилевская область	г. Минск	
Видеоролик	27	26	28	28	30	23	26	188
Плакат	22	29	31	22	23	26	18	171
Слоган	89	74	71	93	68	80	58	533
Итого	138	129	130	143	121	129	102	
Всего заявок								892

Согласно Положению, конкурсные работы победителей могут быть использованы в качестве социальной рекламы: «в целях использования конкурсных работ в качестве социальной рекламы с победителями конкурса организатор заключает на безвозмездной основе договоры об уступке исключительных прав, на основании которых организатор становится обладателем исключительных прав на конкурсные работы» [4]. Например, опыт размещения конкурсных работ победителей в настоящее время имеется в бортовом журнале авиакомпании Белавиа OnAir, социальных сетях Национального агентства по туризму и др.

Размещение работ в средствах массовой информации становится возможным после рассмотрения на Межведомственном совете по рекламе, который оценивает качество и проводит экспертизу конкурсных работ. Оценка качества социальной рекламы осуществляется на основе Положения о порядке производства и размещения социальной рекламы, утвержденном постановлением Совета Министров Республики Беларусь от 9 июля 2013 г. № 603.

Так, проведение конкурса социальной рекламы и оценка работ участников-победителей проходят установленную процедуру оценки качества рекламы, где рекламодателем социальной рекламы согласно статье 2 Закона Республики Беларусь «О Рекламе» может являться исключительно государственный орган, в данном случае Министерство спорта и туризма Республики Беларусь.

Оценка социальной рекламы осуществляется относительно телевидения, радио, наружной и на транспорте. Рассмотренные выше номинации и конкурсные работы подходят под все перечисленные виды социальной рекламы.

Социальная реклама размещается бесплатно в пределах предусмотренных Законом Республики Беларусь «О рекламе» норм: в СМИ – в пределах 5 % объема вещания или основной печатной площади в сутки, отведенного для рекламы; в иных источниках – в пределах 5 % годовой стоимости рекламных услуг.

Видится необходимым отметить, что тематика конкурсных работ социальной рекламы «#ПознайБеларусь» охватывает национальную идентичность; престижность Беларуси; поддержку государственного суверенитета и др. В качестве объектов выступают красивые природные ландшафты Беларуси, различные населенные пункты и важные исторические памятные даты, знаменитые граждане нашей страны,

событийные мероприятия, которые становятся своеобразными туристическими брендами и др. Так, через работы «глазами участников» реализуются задачи формирования туристического имиджа Беларуси, привлечения внимания к развитию и продвижению внутреннего туризма, в том числе формирование личностного отношения к туристическим возможностям нашей страны.

### Список литературы

1. Деятельность МАРТ [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.mart.gov.by/activity/regulirovanie-reklamnoy-deyatelnosti/sotsialnaya-reklama/#:~:text=> – Дата доступа: 25.08.2023.
2. Закон Республики Беларусь «О рекламе» от 10 мая 2007 г. № 225-3 [Электронный ресурс] : Эталон-Онлайн – сайт правовой информации. – Режим доступа: <https://pravo.by/document/?guid=3871&p0=h10700225>. – Дата доступа: 10.06.2023.
3. Калачёва, И. И. Социальная реклама как феномен общественной и научной рефлексии в белорусском обществе [Электронный ресурс] / И.И. Калачёва // Теория и методы исследований коммуникации : сб. науч. ст. Вып. 3 / под ред. О. В. Терещенко. – Минск : БГУ, 2014. – С. 11–24.
4. Положение о проведении III Республиканского конкурса социальной рекламы «#ПознайБеларусь» [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.belarustourism.by/vazhnye-dokumenty/Положение%20от%2021.07.2023.pdf>. – Дата доступа: 20.06.2023.
5. Савицкая, Ю. П. Социальная реклама в государственном управлении / Ю. П. Савицкая // Философия. Социология. Культурология. – Вестник Челябинского государственного университета. – 2014. – № 24 (353). – Вып. 34. – С.114–118.

## **СОЗДАНИЕ И ВЕДЕНИЕ ЕДИНОЙ КЛАССИФИКАЦИИ ВИДОВ ТУРИЗМА В РЕСПУБЛИКЕ БЕЛАРУСЬ**

**Е. В. Гончаренок**

Департамент по туризму Министерства спорта и туризма  
Республики Беларусь,  
ул. Кирова, 8, корп. 2, 220030, г. Минск, Беларусь,  
tour@mst.gov.by

**Аннотация.** В статье рассматривается создание нормативной правовой базы ведения Единой классификации видов туризма в Республике Беларусь.

**Ключевые слова:** Беларусь, туризм, классификация, вид туризма.

**Образец цитирования:** Гончаренок, Е. В. Формирование и ведение единой классификации видов туризма в Республике Беларусь // Перспективы развития туризма в современных условиях: мировые тенденции и региональные контексты : материалы III Международ. науч.-практ. конф., Минск, 28 сент. 2023 г. / Национальное агентство по туризму ; редкол.: И. Н. Воронович (предс.) [и др.]. – Минск, 2023. – С. 136–142.

## **THE ESTABLISHMENT AND MAINTENANCE OF THE UNIFIED CLASSIFICATION OF TYPES OF TOURISM IN THE REPUBLIC OF BELARUS**

**K. Hancharonak**

Tourism Department,  
Ministry of Sports and Tourism of the Republic of Belarus,  
Kirova Street, 8, box 2, 220030, Minsk, Belarus,  
tour@mst.gov.by

**Annotation.** The article reviews the creation of a regulatory legal framework for maintaining the Unified Classification of Types of Tourism in the Republic of Belarus.



**Keywords:** Belarus, tourism, classification, type of tourism.

**For citation:** Hancharonak, K. The Establishment and Maintenance of the Unified Classification of Types of Tourism Republic of Belarus / K. Hancharonak // Prospects of tourism development in modern conditions: global trends and regional contexts : materials of the III Int. sci.-pract. conf., Minsk, 28 Sept. 2023 / National Agency for Tourism ; ed.: I. Voronovich (chair.) [et al.]. – Minsk, 2023. – P. 136–142.

В мире существуют различные классификации видов туризма, исходя из разных классификационных принципов или признаков.

По данным Всемирной туристической организации (ЮНВТО), выделяют 8 основных видов туризма: развлекательный (событийный и хобби-туризм), пляжно-купальный, лечебно-оздоровительный, познавательный, религиозный и паломнический, деловой, экологический и активный туризм.

Согласно Стратегии развития туризма в Российской Федерации на период до 2035 года, выделяют 6 основных видов туризма, таких как детский, культурно-познавательный, горнолыжный, круизный, экологический и деловой [3].

В Республике Армения наиболее развиты приключенческий, медицинский, оздоровительный, культурно-исторический, экотуризм, гастрономический, религиозный и деловой туризм.

Исходя из имеющегося туристического потенциала, тенденций спроса и конкурентной среды в Республике Беларусь получили развитие как традиционные (историко-культурный, лечебно-оздоровительный, охотничий, религиозный, экологический, агроэкотуризм), так и более современные (активный, гастрономический, деловой (MICE), медицинский, образовательный, промышленный и событийный) виды туризма.

Впервые в нормативном поле их определения, а также предложения по дальнейшему развитию были даны в Национальной стратегии развития туризма в Республике Беларусь до 2035 года [2].

Потребность в классификации видов туризма в Республике Беларусь вызвана углублением процессов развития туризма, вовлечением в данную работу иных государственных органов, помимо органа-регулятора [1], в том числе в рамках иных государственных программ, задачами по расширению представления статистических сведений для оценки динамики развития, разработки нормативной правовой базы для отдельных видов туризма.

На основании п. 1 ст. 5 Закона Республики Беларусь «О туризме» [6] в целях мониторинга развития в Республике Беларусь видов туризма Министерством спорта и туризма вводится Единая классификация видов туризма в Республике Беларусь, которая включает перечень видов туризма, развиваемых в Республике Беларусь, и их классификационные признаки.

Правовые основы ведения Единой классификации видов туризма в Республике Беларусь установлены:

ст. 5 Закона Республики Беларусь «О туризме» [6];

Положением о порядке формирования и ведения Единой классификации видов туризма в Республике Беларусь, утвержденным постановлением Совета Министров Республики Беларусь от 2 сентября 2022 г. № 584 [5];

приказом Министра спорта и туризма от 6 октября 2022 г. № 344, которым создан Совет по Единой классификации видов туризма в Республике Беларусь;

постановлением Министерства спорта и туризма Республики Беларусь от 7 августа 2023 г. № 36 «О ведении Единой классификации видов туризма в Республике Беларусь», которым установлен перечень видов туризма, их определения и классификационные признаки, а также форма ведения Единой классификации видов туризма в Республике Беларусь.

Сформулировано, что вид туризма – это совокупность однородных туристических путешествий, объединенных по общим классификационным признакам для определенного вида туризма.

Классификационные признаки вида туризма – элементы содержания вида туризма, позволяющие отнести однородные туристические путешествия к соответствующему виду туризма.

Категории, по которым осуществляется группировка видов туризма в Единой классификации:

цели туристов, экскурсантов;

транспортные средства, используемые при совершении туристического путешествия;

туристические ресурсы, посещаемые туристами, экскурсантами [5].

Относительно целей туристов, экскурсантов следует отметить, что п. 3 ст. 4 Закона Республики Беларусь «О туризме» определен основной перечень целей туристов, экскурсантов.

Так, среди целей, исключаящих занятие трудовой, предпринимательской, иной приносящей доход деятельностью, оплачиваемой и (или) приносящей прибыль (доход) из источника в стране (месте) временного пребывания, отмечены:

- отдых;
- оздоровление;
- познавательные цели;
- образовательные цели;
- паломнические цели;
- деловые цели;
- физкультурно-спортивные цели [6].

Перечень не исключает иные цели, поскольку потребности туриста, экскурсанта в туристическом путешествии могут быть самые разнообразные, вплоть до установления деловых связей (согласно методологии Всемирной туристской организации (ЮНВТО), где присутствует понятие «деловой посетитель» как частная разновидность туриста («ночующий посетитель») и экскурсанта («дневной посетитель»).

Для более точного определения вида туризма также используются две другие категории. Так, критерий транспортного средства дал основу для развития такого вида туризма, как автомобильный туризм, или караванинг, возведения кемпингов и кемперных стоянок для данной целевой группы.

Категория туристических ресурсов, посещаемых туристами, экскурсантами, также является достаточно объективным критерием, поскольку те или иные туристические ресурсы определяются как места посещения по маршруту туристического путешествия в зависимости от целей туристов, экскурсантов: начиная с музеев и парков отдыха вплоть до пляжей и иных мест массового отдыха.

Выбранные категории группировки видов туризма в Единой классификации основаны на методологии, используемой во Всемирной туристской организации, и четко прослеживаются в любом туристическом путешествии независимо от категории туристов, экскурсантов (возраст, социальный статус, образование, состояние здоровья и др.).

Поскольку развитие видов туризма относится к компетенции разных государственных органов, местных исполнительных и распорядительных органов, формирование и ведение Единой классификации Министерством спорта и туризма осуществляется:

самостоятельно;

на основании предложений, поступающих от местных исполнительных и распорядительных органов и иных государственных органов, юридических и физических лиц, в том числе индивидуальных предпринимателей.

Предусматривается порядок представления в Минспорт предложений для включения видов туризма в Единую классификацию в письменной форме либо в виде электронного документа [5].

К предложению прилагается обоснование в форме пояснительной записки, в котором должны содержаться:

вид туризма, определение вида туризма и классификационные признаки вида туризма;

цель включения вида туризма в Единую классификацию.

Для максимально объективного рассмотрения вопроса о наполнении Единой классификации предусматривается создание при Минспорте совета, который рассматривает поступившее предложение вместе с обоснованием к нему и выносит письменное заключение о целесообразности либо нецелесообразности наполнения Единой классификации соответствующими видами туризма, которое является основой для подготовки Минспортом соответствующего проекта постановления.

В состав включены представители Департамента по туризму Минспорта, местных исполнительных и распорядительных органов, государственного учреждения «Национальное агентство по туризму», научных кругов. По мере рассмотрения соответствующих предложений к работе совета привлекаются с их согласия представители иных государственных органов и организаций.

Письменное заключение совета подписывается его руководителем не позднее пяти рабочих дней со дня, следующего за днем проведения заседания совета, носит обязательный характер и прилагается к проекту постановления Министерства спорта и туризма.

Заседание совета планируются не чаще раза в год, за исключением случаев, когда корректировка Единой классификации обусловлена принятием (изданием) нормативных правовых актов большей юридической силы.

По итогам заседаний совета по Единой классификации видов туризма в Республике Беларусь, проведенных 20 июня и 30 июня 2023 г. одобрено установление 13 видов туризма в Республике Беларусь:

- агроэкотуризм;
- активный туризм;
- гастрономический туризм;
- деловой туризм;
- историко-культурный туризм;
- лечебно-оздоровительный туризм;
- медицинский туризм;
- образовательный туризм;
- охотничий туризм;
- промышленный туризм;
- религиозный туризм;
- событийный туризм;
- экологический туризм [4].

В связи с появлением новых форм туристической деятельности данная классификация не может считаться окончательной.

Более того, туризм является динамично развивающейся сферой деятельности, ввиду чего отдельные виды туризма могут как укрупняться, так и разделяться на несколько видов. Тем не менее классификация видов туризма будет являться основой для структурирования такого сложного межотраслевого комплекса, как туристическая индустрия.

### **Список литературы**

1. Вопросы Министерства спорта и туризма Республики Беларусь [Электронный ресурс] : постановление Совета Министров Респ. Беларусь от 29 июля 2006 г. № 963 // Национальный правовой Интернет-портал Республики Беларусь. – Режим доступа: <https://etalonline.by/document/?regnum=c20600963>. – Дата доступа: 25.08.2023.
2. Национальная стратегия развития туризма в Республике Беларусь до 2035 года : утв. Протоколом заседания Межведомственного экспертно-координационного совета по туризму при Совете Министров Респ. Беларусь от 7 окт. 2020 г. 05/34пр : в ред. от 6 апр. 2022 г. № 05/11пр.
3. Об утверждении Стратегии развития туризма в Российской Федерации на период до 2035 года [Электронный ресурс] : распоряжение Правительства Российской Федерации от 20 сент. 2019 г. № 2129-р // Электронный фонд правовых

- и нормативно-технических документов. – Режим доступа: <https://docs.cntd.ru/document/561260503>. – Дата доступа: 25.08.2023.
4. О ведении Единой классификации видов туризма в Республике Беларусь [Электронный ресурс] : постановление Министерства спорта и туризма Респ. Беларусь от 7 авг. 2023 г. № 36 // Национальный правовой Интернет-портал Респ. Беларусь. – Режим доступа: <https://pravo.by/document/?guid=12551&p0=W22340307>. – Дата доступа: 25.08.2023.
  5. О Единой классификации видов туризма [Электронный ресурс] : постановление Совета Министров Респ. Беларусь от 2 сент. 2022 г. № 584 // Национальный правовой Интернет-портал Респ. Беларусь. – Режим доступа: <https://pravo.by/document/?guid=12551&p0=C22200584&p1=1&p5=0>. – Дата доступа: 25.08.2023.
  6. О туризме [Электронный ресурс] : Закон Республики Беларусь от 11 нояб. 2021 г. № 129-3 // Эталон-Онлайн. – Режим доступа: <https://pravo.by/document/?guid=12551&p0=H12100129>. – Дата доступа: 25.08.2023.

## АГРОЭКОТУРИЗМ КАК ВИД ОТДЫХА В БЕЛАРУСИ

**А. И. Кречетов**

Министерство спорта и туризма Республики Беларусь,  
ул. Кирова, 8/2, 220030, г. Минск, Беларусь,  
tour@mst.gov.by

**Аннотация.** Статья раскрывает особенности агроэкотуризма как вида туризма и отдыха в Беларуси.

**Ключевые слова:** агроэкотуризм, агроэкотуристы, мастер-класс, народные традиции.

**Образец цитирования:** Кречетов, А. И. Агроэкотуризм как вид отдыха в Беларуси / А. И. Кречетов // Перспективы развития туризма в современных условиях: мировые тенденции и региональные контексты : материалы III Междунар. науч.-практ. конф., Минск, 28 сент. 2023 г. / Национальное агентство по туризму ; редкол.: И. Н. Воронович (предс.) [и др.]. – Минск, 2023. – С. 143–147.

## AGROECOTOURISM AS A KIND OF LEISURE IN BELARUS

**A. Krechetov**

Ministry of Sports and Tourism of the Republic of Belarus,  
Kirova Street, 8/2, 220030, Minsk, Belarus,  
tour@mst.gov.by

**Annotation.** The article reveals the features of agroecotourism as a kind of tourism and leisure in Belarus.

**Keywords:** agroecotourism, agroecotourists, masterclass, people traditions.

**For citation:** Krechetov, A. Agroecotourism as a kind of leisure in Belarus / A. Krechetov // Prospects of tourism development in modern conditions: global trends and regional contexts : materials of the III Int. sci.-pract. conf., Minsk, 28 Sept. 2023 / National Agency for Tourism ; ed.: I. Voronovich (chair.) [et al.]. – Minsk, 2023. – P. 143–147.

В соответствии с Конституцией Республики Беларусь [1] каждому гарантировано право на отдых. Достаточно распространенным видом отдыха в наше время является туризм.

Особенностью туризма как сферы нашей жизнедеятельности является то, что он переплетается с другими сферами деятельности. Цели туристов, экскурсантов, а также туристические ресурсы порождают те или иные виды туризма.

В соответствии с приложением 1 к постановлению Министерства спорта и туризма Республики Беларусь от 7 августа 2023 г. № 36 «О ведении Единой классификации видов туризма в Республике Беларусь» [5] в Республике Беларусь установлены 13 видов туризма, а также их определения и классификационные признаки.

Одним из устоявшихся видов туризма в Республике Беларусь является агроэкотуризм, под которым понимается туристическое путешествие в целях ознакомления с природным, сельскохозяйственным и культурным потенциалом Республики Беларусь, ее регионов, местностей, национальными традициями в процессе отдыха, оздоровления, временного пребывания в агроэкоусадебках, а также деятельность физических лиц и сельскохозяйственных организаций, указанных в ч. 1 п. 1 Указа Президента Республики Беларусь от 4 октября 2022 г. № 351 «О развитии агроэкотуризма», по организации этого туристического путешествия, предусмотренная п. 1 приложения 1 к Указу Президента Республики Беларусь от 4 октября 2022 г. № 351 [5].

Агроэкотуризм в последний период приобретает все большее значение в условиях изменяющихся потребительских предпочтений, а также стремительного развития внутреннего туризма и международного въездного туризма. В Беларуси долгий период существует культура отдыха в сельской местности, чему способствуют развитие села, сохранение на селе народных традиций и любовь граждан к родной земле.

В результате появился агроэкотуризм, начало которому было положено в 2006 г. с момента издания Указа Президента Республики Беларусь № 372 «О мерах по развитию агроэкотуризма в Республике Беларусь» [6]. Агроэкотуризм направлен на ознакомление агроэкотуристов с природным, сельскохозяйственным и культурным потенциалом республики, национальными традициями в процессе отдыха, оздоровления, временного пребывания в агроэкоусадебках.

В процессе отдыха в сельской местности агроэкотуристы получают уникальную возможность ознакомиться с народными традициями



и сельским бытом. Национальный колорит начинает проявляться уже с первых минут пребывания в сельской местности на фоне различных природных, сельскохозяйственных и архитектурных объектов, с которыми агроэкотуристы могут ознакомиться в период своего отдыха [2, с. 13].

Помимо этого, национальный колорит и традиции находят отражение в особенностях приема гостей, приготовления и подачи национальной пищи, организации фестивалей, презентаций, юбилеев, банкетов, а также проведения различного рода мастер-классов [2, с. 13].

Для любителей животных в агроэкоусадебках также могут предоставляться услуги по катанию на животных и гужевого транспорта.

Для тех, кто занимается физической культурой и спортом, предоставляется возможность организации спортивно-массовых мероприятий или просто прокат спортивного инвентаря для спорта и отдыха.

Ввиду своих характерных черт (особенно стремления к сохранению и ознакомлению с народными традициями сельской местности) агроэкотуризм стал узнаваемым брендом и визитной карточкой Беларуси: в 2017 г. третье место в номинации «Гастрономический и агротуризм» рейтинга «National Geographic Traveler Awards» среди лучших туристических дестинаций и в 2018 г. Беларусь стала лучшей в конкурсе журнала National Geographic Traveler (Российская Федерация) в номинации «агротуризм» [2, с. 13].

Следует отметить, что деятельность по оказанию услуг в сфере агроэкотуризма ведется на достаточно простых условиях: без государственной регистрации в качестве индивидуального предпринимателя, но после получения решения районного исполкома [7]. Получению данного решения предшествует подача заявления в районный исполком, после чего созывается районная комиссия [7, 8].

Районная комиссия осуществляет комплексную объективную оценку агроэкоусадыбы, в том числе с выездом в агроэкоусадыбу, и подготавливает письменное заключение по итогам данной оценки, которое является обязательным для принятия райисполкомом соответствующего решения [7].

Агроэкоусадыбы вправе осуществлять свою деятельность со дня принятия решения районного исполкома об осуществлении деятельности по оказанию таких услуг [8]. Данные требования вступили в силу с 1 января 2023 г., до этого агроэкоусадыбы осуществляли деятельность по уведомительному принципу.

В процессе своей деятельности агроэкоусадьбы могут оказывать в комплексе не менее двух услуг, и это исключительно услуги, предусмотренные в ч. 1 п. 5 Указа Президента Республики Беларусь № 351.

Важно отметить, что субъекты агроэкотуризма оказывают услуги агроэкотуристам как напрямую, так и путем включения данных услуг в формируемые туроператорами туры. Для этих целей между туроператорами и субъектами агроэкотуризма заключаются соответствующие договоры, для которых действует типовая форма и в которых определены права и обязанности сторон в части оказания услуг в сфере агроэкотуризма [7, 8].

Деятельность по оказанию услуг в сфере агроэкотуризма имеет существенную поддержку со стороны государства, в частности:

1) действует льготное налогообложение [3], в настоящее время субъекты агроэкотуризма уплачивают налог на профессиональный доход, но по решению местного исполкома могут быть переведены на уплату сбора за осуществление деятельности по оказанию услуг в сфере агроэкотуризма;

2) для реализации проектов в сфере агроэкотуризма действует программа кредитования [6], которая предполагает выдачу кредитов на сумму до 2000 базовых величин под 5 % годовых на 5 лет для сельскохозяйственных организаций, на 7 лет – для физических лиц.

В целях оказания информационно-имиджевой поддержки субъектам агроэкотуризма проводится республиканский туристический конкурс «Познай Беларусь», одна из номинаций в котором – «Агроэкоусадьба года» – посвящена развитию агроэкотуризма [4].

Таким образом, агроэкотуризм является устоявшимся видом туризма в Республике Беларусь, поскольку:

установлена нормативная правовая база, определяющая условия осуществления деятельности по оказанию услуг в сфере агроэкотуризма, а также перечень видов оказываемых услуг;

субъекты агроэкотуризма имеют многолетний опыт ведения указанной деятельности;

развивается творческая составляющая в организации приема гостей в агроэкоусадьбах.

### Список литературы

1. Конституция Республики Беларусь от 15 марта 1994 г. [Электронный ресурс] // Эталон-Онлайн. – Режим доступа: <https://>

- etalonline.by/document/?regnum=V19402875. – Дата доступа: 25.08.2023.
2. Кречетов, А. И. Народные традиции в плоскости развития агроэкотуризма / А. И. Кречетов // Культурный код и креативные традиции – 2023 : материалы Междунар. науч.-практ. конф. – Омск, 2023. – С. 12–16.
  3. Налоговый кодекс Республики Беларусь [Электронный ресурс] // Эталон-Онлайн. – Режим доступа: <https://etalonline.by/document/?regnum=hk0900071>. – Дата доступа: 25.08.2023.
  4. Об изменении постановления Совета Министров Республики Беларусь от 10 декабря 2021 г. № 710 [Электронный ресурс] : постановление Совета Министров Респ. Беларусь от 15 нояб. 2022 г. № 779 // Национальный правовой Интернет-портал Респ. Беларусь. – Режим доступа: <https://pravo.by/document/?guid=12551&p0=C22200779&p1=1&p5=0>. – Дата доступа: 25.08.2023).
  5. О ведении Единой классификации видов туризма в Республике Беларусь [Электронный ресурс] : постановление Министерства спорта и туризма Респ. Беларусь от 7 авг. 2023 г. № 36 // Национальный правовой Интернет-портал Респ. Беларусь. – Режим доступа: <https://pravo.by/document/?guid=12551&p0=W22340307>. – Дата доступа: 25.08.2023.
  6. О мерах по развитию агроэкотуризма в Республике Беларусь [Электронный ресурс] : Указ Президента Республики Беларусь от 2 июня 2006 г. № 372 // Эталон-Онлайн. – Режим доступа: <https://etalonline.by/document/?regnum=p30600372>. – Дата доступа: 25.08.2023.
  7. О развитии агроэкотуризма [Электронный ресурс] : Указ Президента Республики Беларусь от 4 окт. 2022 г. № 351 // Национальный правовой Интернет-портал Респ. Беларусь. – Режим доступа: <https://pravo.by/document/?guid=12551&p0=P32200351&p1=1>. – Дата доступа: 25.08.2023.
  8. О реализации Указа Президента Республики Беларусь от 4 октября 2022 г. № 351 [Электронный ресурс] : постановление Совета Министров Респ. Беларусь от 9 дек. 2022 г. № 860 // Национальный правовой Интернет-портал Респ. Беларусь. – Режим доступа: <https://pravo.by/document/?guid=12551&p0=C22200860&p1=1&p5=0>. – Дата доступа: 25.08.2023.

# ОСОБЕННОСТИ И ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ РАЗЛИЧНЫХ ВИДОВ ТУРИЗМА

УДК 338.48

## РАЗВИТИЕ МОЛОДЕЖНОГО ТУРИЗМА В РАМКАХ СОЮЗНОГО ГОСУДАРСТВА: СОВРЕМЕННОЕ СОСТОЯНИЕ И ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ

**Е. Д. Арасланова**

Учреждение образования  
«Минский государственный лингвистический университет»,  
ул. Захарова, 21, 220088,  
г. Минск, Беларусь, karaslanova79@gmail.com

**Аннотация.** В статье рассматриваются развитие сотрудничества Республики Беларусь и Российской Федерации в сфере молодежного туризма в рамках Союзного государства на современном этапе, а также перспективные направления расширения взаимодействия указанных стран в культурно-познавательном туризме молодежи.

**Ключевые слова:** Беларусь, Россия, Союзное государство, молодежь, сотрудничество, туризм, образование, опыт.

**Образец цитирования:** Арасланова, Е. Д. Развитие молодежного туризма в рамках Союзного государства: современное состояние и перспективы развития / Е. Д. Арасланова // Перспективы развития туризма в современных условиях: мировые тенденции и региональные контексты : материалы III Междунар. науч.-практ. конф., Минск, 28 сент. 2023 г. / Национальное агентство по туризму ; редкол.: И. Н. Воронович (предс.) [и др.]. – Минск, 2023. – С. 148–155.

# THE DEVELOPMENT OF YOUTH TOURISM WITHIN THE UNION STATE: CURRENT STATUS AND DEVELOPMENT PROSPECTS

**E. Araslanova**

Educational Institution «Minsk State Linguistic University»,  
Zakharov Street, 21, 220088, Minsk, Belarus,  
karaslanova79@gmail.com

**Abstract.** The article considers the development of cooperation between the Republic of Belarus and the Russian Federation in the sphere of youth tourism within the framework of the Union State at the present stage, as well as the perspective directions of expansion of interaction between the mentioned countries in cultural and cognitive tourism of youth.

**Key words:** Belarus, Russia, Union State, youth, cooperation, tourism, education, experience.

**For citation:** Araslanova, E. The development of youth tourism within the Union State: current status and development prospects / E. Araslanova // Prospects for the development of tourism in modern conditions: global trends and regional contexts : materials of the III Int. sci.-pract. conf., Minsk, 28 Sept. 2023 / National Agency for Tourism ; ed.: I. Voronovich (chair.) [et al.]. – Minsk, 2023. – P. 148–155.

Туризм является сложной межотраслевой сферой с высокой доходностью и, что немаловажно, благоприятной средой для создания и развития новаций и расширения вариативности форматов взаимодействия между социальными группами, представляющими одну и более народностей.

Туризм также является одним из ведущих секторов мировой экономики, способствующим увеличению уровня занятости населения, улучшению его социального благосостояния и качества жизни. Кроме того, туристическая сфера содействует развитию, экономическому единству и культурному разнообразию отдельных государств и мировых регионов.

Для лучшего разъяснения рассматриваемого в статье явления необходимо обратиться к понятию туризма, которое отражено в законодательствах рассматриваемых стран, а именно Республики Беларусь и Российской Федерации.

Согласно закону Республики Беларусь «О туризме», принятому Палатой представителей 4 октября 2021 г. и одобренному Советом Республики 28 октября 2021 г., туризм – туристическое путешествие, а также деятельность по его организации [1].

В законодательстве России понятие туризма отличается от изложенного выше. Согласно закону «Об основах туристской деятельности в Российской Федерации», туризм – временные выезды (путешествия) граждан Российской Федерации, иностранных граждан и лиц без гражданства (далее – лица) с постоянного места жительства в лечебно-оздоровительных, рекреационных, познавательных, физкультурно-спортивных, профессионально-деловых, религиозных и иных целях без занятия деятельностью, связанной с получением дохода от источников в стране (месте) временного пребывания [2].

Особенность правового регулирования отношений в туристической сфере заключается в его нормировании и реализации большим количеством отраслей законодательства, включая конституционное, гражданское, административное, земельное, финансовое право и проч. Поддержка же туризма со стороны государств заключается в предоставлении преференций, выделении бюджетных средств и государственным финансировании, а также предоставлении грантов.

В современных условиях развития мировой экономики и отдельных национальных экономик важнейшими факторами устойчивого роста и укрепления позиций туристической сферы являются ее экологичность, экономическая жизнеспособность, социальная устойчивость, инновационность, гибкость, увеличение кооперационных связей и сохранение культурного и исторического наследия. На сегодняшний день для повышения наибольшей эффективности туристической деятельности государства в рамках своей территории и за ее пределами необходима совокупность вышеперечисленных факторов и своевременная актуализация нормативной и правовой баз, касающихся аспектов туристической деятельности государства, а также научно-практического, технологического и методического сопровождения компетентных учреждений, юридических и физических лиц, представляющих данную сферу, в соответствии с мировыми политическими и экономическими изменениями и согласно устойчивым целям развития государства.

Развитие туризма является одним из ключевых направлений деятельности Союзного государства, требующим активного

взаимодействия и постоянного наращивания связей между регионами Беларуси и России, а также отдельными государственными и частными организациями, в том числе общественными объединениями. Последние, в свою очередь, способны и часто выступают с инициативой развивать отдельные туристические направления, среди которых наиболее перспективными представляются культурно-познавательный, спортивный, экологический, научный, учебный, событийный, лечебно-оздоровительный и деловой виды туризма.

В последние годы все большее внимание Союзного государства уделяется развитию социального туризма, направленного на создание и реализацию туристических услуг, доступных для всех слоев общества, включая студентов, многодетные семьи и пенсионеров, предоставляя соответствующую государственную поддержку. Одним из сегментов туризма здесь является молодежный туризм.

Молодежный туризм в Союзном государстве активно развивается в том числе благодаря наращиванию странами-участницами совместных проектов и привлечению учащихся средних и высших учреждений образования, а также молодых специалистов, предоставляя юным гражданам возможность получения и обмена опытом, создания связей, предложения инициатив и выражения активной гражданской позиции на благо развития двух держав.

Согласно итогам работы, ранее обсуждаемым на заседании Высшего государственного совета Союзного государства 6 апреля 2023 г., сторонами было отмечено планомерное расширение правовой базы взаимодействия и открытие новых путей активизации бизнеса, сотрудничества научных кругов, творческих коллективов и партнерства молодежных объединений.

Помимо этого, среди молодежи Союзного государства наблюдается повышение заинтересованности в создании новых совместных туристических продуктов и проектов, развитии двустороннего сотрудничества и расширении возможностей реализации молодежных инициатив, а также в увеличении их количественного и качественного масштаба. Вот некоторые из наглядных примеров такого взаимодействия и показатели высокой заинтересованности в нем: белорусско-российский патриотический проект «Поезд Памяти», который в текущем году объединил не только молодежь Союзного государства, но и школьников из Армении и Кыргызстана; форум «ШУМ», объединивший более 500 молодых специалистов медиаиндустрии из

83 регионов России и всех областей Беларуси, а также предстоящий конкурс научно-технического творчества учащихся Союзного государства «Таланты XXI века», запланированный на конец сентября текущего года. Кроме того, молодежь Беларуси и России активно взаимодействует в рамках спортивного туризма, регулярно принимая участие в дружеских соревнованиях и организовывая соответствующие мероприятия по различным направлениям спорта.

Для этого и для развития других туристических направлений в Беларуси и России разработаны необходимые правовые условия. Помимо этого, в туристской сфере проводятся своевременные структурные и социально-экономические преобразования, ведется работа по укреплению национальных экономик за счет увеличения двусторонней торговли в туризме, осуществляются межгосударственные научные и образовательные проекты, а также реализуется согласованная политика по взаимодействию и продвижению совместных с Всемирной туристской организацией ООН, национальными туристскими администрациями других стран и в рамках Совета по туризму государств – участников СНГ планов и программ.

Перспектива дальнейшей кооперации Республики Беларусь и Российской Федерации в сфере молодежного туризма заключается в увеличении эффективности образования, культурно-нравственного и патриотического воспитания союзной молодежи, а также в создании новых совместных проектов, имеющих потенциал к развитию и увеличению масштабов, как количественных, так и качественных, способных в дальнейшем перерасти в полномасштабные государственные проекты, обеспечивающие социальными благами население Союзного государства.

Еще одним важным аспектом для обсуждения в теме туристской деятельности в рамках Союзного государства является подготовка компетентного персонала, имеющего право предоставлять те или иные туристические услуги в стране и за ее пределами.

Учитывая возрастающий интерес молодежи к различным направлениям туризма, в частности, к культурно-познавательному, спортивному, экологическому, научному, учебному, событийному, лечебно-оздоровительному и деловому, представляется перспективным развитие учебно-методической базы, а также создание специализированных проектов для обучения союзной молодежи навыкам, необходимым для организации и реализации туристических услуг по выбранному на-



правлению с возможностью прохождения аттестации на равных или близких к равным условиях для граждан и белорусской, и российской сторон с присвоением квалификации, признаваемой на территории обеих стран Союзного государства. Возможность частичного или полного уравнивания сторон может способствовать более эффективному созданию и расширению единого туристского пространства в Союзном государстве как составной части интеграционного развития.

Кроме того, развитие молодежного туризма с привлечением молодежной части правительства, общественных организаций и учреждений образования будет способствовать более глубокой проработке туристских продуктов, в том числе направленных на продвижение отдельных регионов. Так, например, перспективным представляется развитие экотуризма на территориях парков и заповедников, построение новых экологических троп, включающее возрождение рельефов на местах расхищения природных богатств стран, очищение водоемов и прочую волонтерскую деятельность по озеленению и благоустройству необходимых территорий.

Подобная работа уже начата в отношении исторических памятников, по большей части относящихся к истории Великой Отечественной войны. Кроме того, возможна организация совместных белорусско-российских культурно-познавательных, научных и учебных туристических отрядов, направленных на восстановление исторических памятников, к которым относятся строения. К такому виду деятельности могут привлекаться учащиеся строительных, технических, архитектурных и исторических специальностей, которые в ходе работы не только обмениваются имеющимся опытом, но и получают новый, а также способствуют восстановлению культурно-исторического наследия стран и развитию соответствующего направления туризма.

Немаловажным является развитие учебного и событийного направлений туризма, в рамках которых союзная молодежь может не только ознакомиться с образовательными возможностями обеих стран, но также продвигать собственные образовательные проекты, в том числе внедрение новых технологий и приложений в учебный процесс, разработок методологий и альтернативных подходов в обучении, а также сообщества и молодежные объединения по интересам с возможностью организации и проведения форумов, конференций и прочих форматов встреч для обсуждения перспективных проектов и построения плана их реализации. Для такого рода деятельности

союзной молодежи необходима поддержка компетентных учреждений, органов и министерств.

Кроме того, довольно интересным и перспективным туристским направлением является деловой туризм. На сегодняшний день во многих учреждениях образования Беларуси и России наблюдается развитие центров, способствующих развитию финансовой грамотности молодежи и помогающих студентам и молодым специалистам разрабатывать собственные стартапы уже на этапе обучения на первых ступенях высшего образования. Представители и участники подобных проектов могут не только внести весомый вклад в развитие национальных и внешних экономик стран, но и в развитие туризма для представителей деловых кругов, что будет интересно как опытным предпринимателям, так и начинающим специалистам, желающим стать профессионалами своего дела. Туризм этого направления предполагает организацию масштабных мероприятий и трансграничное перемещение большого количества вовлеченных граждан стран Союзного государства.

Для достижения наилучших результатов во всех перечисленных выше направлениях молодежного туризма важным является широкое распространение информации о возможностях союзной молодежи, открытость учреждений, институтов, организаций и объединений в вопросах молодежных инициатив, проработка и расширение возможностей трансграничного передвижения, обеспечение равных условий для реализации инициатив, включая проработку правовой базы, направленной на повышение гарантий, защиту прав и интересов потребителей туристских продуктов, качества услуг и безопасности, повышение инвестиционной привлекательности отрасли, а также создание единых информационных ресурсов и баз данных субъектов туристической деятельности Беларуси и России.

Скоординированность, долгосрочное планирование, систематизация и разработка единых подходов в осуществлении процессов молодежного туризма смогут существенно повысить эффективность используемых туристических ресурсов и финансовых вложений Беларуси и России в рамках Союзного государства.

### Список литературы

1. О туризме [Электронный ресурс] : Закон Респ. Беларусь от 11 ноября 2021 г. № 129-3 // Национальный правовой Интернет-портал Республики Беларусь. – Режим доступа:

<https://pravo.by/document/?guid=12551&p0=H12100129&p1=1&p5=0>. – Дата доступа: 25.06. 2023.

2. Об основах туристской деятельности в Российской Федерации [Электронный ресурс] : Закон Рос. Фед. от 24.11.1996 г. № 132-ФЗ : с изм. и доп. от 13.06.2023 № 252-ФЗ // Официальные сетевые ресурсы Президента России, 1 с. – Режим доступа: <http://www.kremlin.ru/acts/bank/10273>. – Дата доступа: 07.09.2023.

## **РОЛЬ ТВОРЧЕСКОГО НАСЛЕДИЯ ХУДОЖНИКОВ В РАЗВИТИИ ИСТОРИКО-КУЛЬТУРНОГО ТУРИЗМА**

**А. Н. Вощинчук**

Государственное учреждение «Национальное агентство по туризму»,  
ул. Кирова, 8/2, 220030,  
г. Минск, Беларусь, nta@belarustourism.by

**Аннотация.** В статье проанализирован потенциал творческого наследия художников Беларуси для развития историко-культурного туризма. Сделан акцент на продвижении знаковых имен в мировом искусстве в туристическую сферу. Описаны наиболее эффективные мероприятия в музейно-галерейных пространствах.

**Ключевые слова:** туризм, белорусская культура, художники Беларуси, творчество, живопись.

**Образец цитирования:** Вощинчук, А. Н. Роль творческого наследия художников в развитии историко-культурного туризма / А. Н. Вощинчук // Перспективы развития туризма в современных условиях: мировые тенденции и региональные контексты : материалы III Междунар. науч.-практ. конф., Минск, 28 сент. 2023 г. / Национальное агентство по туризму ; редкол.: И. Н. Воронович (предс.) [и др.]. – Минск, 2023. – С. 156–162.

## **THE ROLE OF ARTISTS' CREATIVE HERITAGE IN THE DEVELOPMENT OF HISTORICAL AND CULTURAL TOURISM**

**A. Vashchynchuk**

State Institution «National Tourism Agency»,  
Kirov Street, 8/2, 220030,  
Minsk, Belarus, nta@belarustourism.by

**Annotation.** The article analyzes the potential of the heritage of Belarusian artists in the development of historical and cultural tourism.

Emphasis is placed on the promotion of iconic names in world art in the tourism sector. The most effective events in the museum and gallery spaces are described.

**Keywords:** tourism, Belarusian culture, Belarusian artists, creativity, painting.

**For citation:** Voshchinchuk, A. The role of the creative heritage of artists in the development of historical and cultural tourism / A. Voshchinchuk // Prospects for the development of tourism in modern conditions: world trends and regional contexts : materials of the III Int. sci.-pract. conf., Minsk, 28 Sept. 2023 / National Agency for Tourism ; ed.: I. Voronovich (chair.) [et al.]. – Minsk, 2023. – P. 156–162.

В настоящее время историко-культурный туризм остается одним из популярных видов туризма среди путешественников, которые приезжают в Республику Беларусь. Помимо оздоровительных целей, с которыми едут туристы, необходимо выделить и активный интерес к историко-культурному наследию страны. Кроме знаковых памятников архитектуры, включенных в Списки Всемирного природного и культурного наследия, таких как Мирский замок, Несвижский дворец-парковый ансамбль, внимание туристов притягивают художественные музеи, галереи, мастерские и студии художников. Следует отметить интерес не только зарубежных туристов к художественному наследию страны, но и также самих белорусов. Факторами, повлиявшими на это, отмечают пандемию, которая повлекла и изменение геополитической ситуация в мире. Отсутствие возможности активно путешествовать, сложные транспортные цепочки обусловили смещение фокуса интереса на достопримечательности и художественное наследие своей страны. Проявленный интерес способствовал и активностям со стороны музеев и галерей, арт-пространств и т. д. Это одна из мировых тенденций – выход на художественную арену «старых/новых» имен художников. Беларусь – страна, которая подарила миру гениев мирового искусства. В этой связи видится необходимым отметить важное значение включения творческого наследия художников в разработку туристических маршрутов для развития историко-культурного туризма и создания пространства для межкультурного диалога.

Одним из «мейнстримов» может стать творческое наследие художников Парижской школы живописи, которые были выходцами из

еврейских местечек Беларуси. Преодолевая религиозные запреты на изображение человека, будущие художники стремились попасть во Францию, в мекку искусства – Париж. Томас Джефферсон о творческих людях когда-то сказал, что у каждого есть две родины – его собственная и Франция. Переняв пальму первенства от Италии, Франция в XIX в. стала родиной для многих художников, кто прокладывая свой нелегкий путь и мечтал о славе гения. Париж стал городом испытаний признания для художников. Если художнику удалось добиться признания в Париже, значит, он покорила весь мир. Город соединил богатейшую географию культур и судеб: Пабло Пикассо из Испании, Амадео Модильяни из Италии, Кес ван Донген из Голландии, Моисей Кислинг из Польши, Жюль Паскин из Болгарии, Диего Ривера из Мексики, Леонар Фужита из Японии, Маревна из Российской империи и многие другие, в том числе и те, кто был выходцем из Беларуси. Значимая роль выпала и художникам, родившимся в еврейских местечках Беларуси: Марку Шагалу, Хаиму Сутину, Евгению Заку, Якову Баглю, Пинхусу Кременю, Наде Ходасевич-Леже, Роберту Генину, Сэму Царфину, Михаилу Кикоину, Осипу Любичу, Осипу Цадкину и др.

Так, например, Осип Любич (1896–1900) родился в Гродно, в городе, который имеет богатейшую историю, в семье простого ремесленника – кузнеца. Во время обучения в гродненской гимназии он брал уроки игры на скрипке. Затем учился в Одесском художественном училище изящных искусств им. Великого князя Владимира Александровича. Изучал западноевропейскую и русскую академическую живопись, мастеров Барбизонской школы и живопись импрессионистов. По приезду в Берлин Осип Любич работал над интерьерами театров и кинотеатров, общался с Павлом Челищевым, Иваном Пуни, которые оказали влияние на становление его художественной манеры. В течении нескольких лет художник работал декоратором в Берлинской опере, оформлял спектакли, подрабатывал статистом и иногда ради подработки играл на скрипке в кинотеатрах. В связи с получением заказа на оформление одного из кабаре он переехал в Париж. Тем не менее продолжал изучать возможности разных техник живописи: работал маслом, гуашью, а также создавал гравюры и офорты. С 1926 г. – участник знаменитых Осенних салонов, групповых выставок в Париже. Выставки работ состоялись в Брюсселе, Цюрихе, Лондоне. Как и многие другие художники-евреи, во время

Второй мировой войны попал в транзитный лагерь Дранси (на следующий день после отправки партии заключенных в лагерь смерти Аушвиц). В заключении он продолжал работать – делал зарисовки из жизни узников. (В 1950 г. эти рисунки художник подарил музею «Яд Вашем» в Иерусалиме). Он вернулся в Париж, женился на Сюзане Бульдуар, их дочь впоследствии стала филологом и художником-графиком. Творческий путь Осипа Любича складывался успешно: были выставки, издавались сборники и альбомы его рисунков. Последняя выставка состоялась в 1983 г. в Париже, когда мастеру было 87 лет [1].

Творчество Осипа Любича пронизано гармонией и светом, в работах отражен невероятный интерес ко всему происходящему вокруг. Глядя на картины, складывается впечатление неспешности и созерцания, пристального внимания и способности художника одушевлять неодушевленное и повседневное. Он работал во всех жанрах: им написаны портреты, натюрморты, пейзажи. Так же как и Пикассо, интересовался театрально-цирковой темой, поэтому герои его картин – артисты цирка, музыканты, люди в театральных ложах, посетители театральных кафе, парочки, стоящие на балконе. Его творческая манера отличается «понятными красками», выстроенными композициями, в некотором роде строгим академизмом, который сочетался с ненавязчиво тонкой экспрессией. Осип Любич был действительно созерцателем жизни, он наблюдал эту жизнь спокойно, без излишних метаний и терзаний, постепенно проникая и неспешно постигая саму суть. Междисциплинарные исследования будут способствовать более глубокому пониманию туристом влияния места рождения художника, повседневной культуры на формирование его стиля, живописной манеры и вклада в развитие мирового искусства [1].

Художник Хаим Сутин (1893–1943) родился недалеко от Минска, в местечке Смиловичи, где из четырех тысяч жителей около двух с половиной составляли евреи. Это была бедная еврейская семья – одиннадцать детей, в которой Хаим являлся десятым ребенком. Жизнь и творчество Сутина тесно связано с судьбами Мишеля Кикоина и Пинхуса Кременя. Их жизни переплелись невидимыми нитями, что позволяло рождаться божественным легендам. Увлечение еврейского мальчика рисованием никто не одобрял в семье Сутина, за это могли наказывать. Его отправили в Минск для обучения портняжному делу, чтобы «странный мальчик» мог хоть как-то адаптироваться к жизни и прокормить в дальнейшем себя. Потом были занятия в рисовальной

школе Якова Кругера, параллельно работал ретушером. По рекомендации Я. Кругера со второй попытки поступил в Виленскую народную рисовальную школу академика И. Трутнева. После переезда в Париж записался в Школу изящных искусств в мастерскую Ф. Кормона и параллельно с уроками работал грузчиком на вокзале Монпарнас. Как и другие художники, посещал музеи, в особенности Лувр, где изучал творчество мировых мастеров: Э. Греко, Я. Тинторетто, Ф. Гойи, Ж. Фуке. Из своих современников отдавал предпочтение творчеству Г. Курбе и П. Сезанна. Его карьера складывалась успешно: при жизни состоялись выставки во Франции, Америке, работы покупали коллекционеры. В 1928 г. В. Жорж написал о нем первую монографию. Личная жизнь Хаима Сутина всегда была окутана легендами в связи с его замкнутым характером: он мало кого к себе подпускал, как мужчин, так и женщин. Дружеские и творческие отношения сложились с А. Модильяни. Родители художника погибли в Смиловичском гетто, попытка уехать в Америку оказалась unsuccessful, он умер в Париже.

Творчество художника стало своеобразной точкой бифуркации для такого направления, как абстрактный экспрессионизм, для формирования художественной манеры М. Ротко, Ф. Бэкона и многих других. В живописи Сутина отразилась сложность обстоятельств, в которых оказался человек прошлого столетия. Художник обнажил проблемы личности: одиночества, страха, голода. Говоря о географии рождения гениев, безусловно, можно найти схожие моменты в биографии художников: с детства интерес к рисованию (на это был запрет в еврейской семье), получение художественного образования в городах, которые на тот момент являлись культурными центрами и близко располагались к Минску – Вильно, Одесса, Петербург, переезд во Францию, жизнь в божественной Париже. Несмотря на такие одинаковые порой обстоятельства у художников, у каждого из них своя особенная судьба, яркое творчество и уникальный художественный язык, что позволило художникам – выходцам из еврейских местечек войти в мировую сокровищницу изобразительного искусства. Надо отметить, что в настоящее время для имиджа Беларуси чрезвычайно важно обнаружение новых исторических сведений о художниках, приобретение их работ, возможно, не всегда высокого художественного уровня. И если проходят выставки творчества Хаима Сутина – это мировое событие. Многие культурные инициативы поддерживают биографические исследования, съемки документальных фильмов, составление каталогов и т. д.



Имена художников, выросших в бывших еврейских местечках, притягивают зарубежных туристов. Город Рогачев ассоциируется у многих только лишь со сгущенкой, возможно, с именем Владимира Короткевича, а то, что это родина известного советского графика Анатолия Каплана – одного из выдающихся графиков XX в. – известно немногим белорусам. Особое место в его творчестве отводилось отражению традиционного быта и культуры еврейского народа. Живя и работая в Ленинграде, художник всегда с теплотой относился к своему родному краю и всячески старался сохранить его в памяти и запечатлеть в своих работах. В его творчестве отражены темы повседневного быта и фольклора еврейского народа, иллюстрации к еврейским песням, к произведениям целого ряда еврейских писателей. Значимыми и известными являются работы на темы произведений писателя Шолом-Алейхема.

Работы Анатолия Каплана хранятся в музеях Ватикана, Нью-Йорка, Иерусалима, Амстердама, Лондона, в Дрезденской картинной галерее, в Национальной галерее Канады, Русском музее и Третьяковской галерее. В 1965 г. Анатолий Каплан был удостоен серебряной медали на Международной выставке искусства книги в Лейпциге, а в следующем году ему присудили почетные награды на Венецианской биеннале и на 2-й Международной выставке прикладной графики в Брно.

В рамках семинара, организованного Национальным агентством по туризму, рассматривались вопросы создания такого творческого пространства на площадке музея города или другой институции. В сувенирной продукции могут быть представлены магниты с литографиями Рогачева, выполненные А. Капланом, и еврейская тематика. Следует рассмотреть возможность мастер-классов по созданию рейзеле, элементов графических работ, альбомов и открыток.

На малой родине не представлено и творчество одного из знаковых художников XX в. – «белорусского Сальвадора Дали» – Николая Селешука. Есть мемориальная доска в школе, где он учился. Проходят мероприятия, которые затрагивают представителей художественной среды, но не представителей туристической сферы. Николай Селешук (1947–1996) – белорусский живописец, график, заслуженный деятель искусств Беларуси, лауреат Государственной премии. В 1992 г. стал лауреатом Государственной премии Республики Беларусь, а Биографический центр Кембриджского университета признал его человеком года в области культуры. Прошел путь от художника-рекламиста до графика,

живописца, сформировав свой уникальный стиль – синтез метафоры и аллегории. Его творчество погружает художника в мир фантазии, стирая границу между реальностью и ирреальностью. Произведения Николая Селещука хранятся в музеях и в коллекционных собраниях разных стран мира, в том числе в Беларуси, России (Третьяковская галерея в Москве), Финляндии, Греции, Канады, США (в Торгово-промышленном центре Миннеаполиса, в Музее современного русского искусства в Нью-Джерси), Польши, Болгарии, Германии и других стран.

Безусловно, что музейные флагманы, такие как Национальный художественный музей Республики Беларусь, Национальный центр современных искусств Республики Беларусь, Гомельский дворцово-парковый ансамбль и др. проводят выставки именитых художников. Тем не менее, когда речь идет о развитии внутреннего туризма, презентации «культурного кода» страны необходимо включать в туристические маршруты малую родину художника. Это будет способствовать формированию имиджа/бренда города и распределять потоки туристов в другие регионы.

Следует отметить, что Национальным агентством по туризму на системной основе проводятся встречи с представителями туристической индустрии, экскурсоводами и гидами-переводчиками по знакомству с художественными галереями города Минска («Беларт», одна из старейших галерей – «Мастацтва», галерея современного белорусского искусства «A&V Art Gallery», а также галерея искусств «Предметье» и «Мастацкі дом Угрыновіч» и др.). Кроме заинтересованности и деятельности творческих институтов, важным является наличие лекционных курсов по изучению белорусского художественного наследия в контексте мировой культуры, проведение творческих встреч в мастерских художников в процессе подготовки экскурсоводов и гидов-переводчиков.

### Список литературы

1. Вошинчук, А. Н. География судеб – география культуры / Вошинчук А. Н. // Этнокультурное наследие Беларуси и его использование в туризме : материалы международной научно-практической конференции, Минск, 17 октября 2019 г. / БГУ, исторический фак., каф. этнологии, музеологии и истории искусств ; редкол.: Т. А. Новгородский, И. В. Олюнина (отв. ред.). – Минск : БГУ, 2020. – С. 10–12.

## **ОСНОВНЫЕ ТЕНДЕНЦИИ ТРАНСФОРМАЦИИ ТУРИСТИЧЕСКОГО РЫНКА В ПОСТПАНДЕМИЙНЫЙ ПЕРИОД РАЗВИТИЯ**

**Л. М. Гайдукевич**

Белорусский государственный университет,  
пр. Независимости, 4, 220030, г. Минск, Беларусь,  
lgaidukevich@mail.ru

**Аннотация.** В статье рассмотрены первоочередные меры, принятые международными специализированными организациями по туризму и национальными правительствами, по выходу туристической индустрии из кризиса COVID-19. Особое внимание автор обращает на развитие внутреннего и въездного туризма и инструменты, способствующие динамичному росту данных видов туризма.

**Ключевые слова:** международный и внутренний туризм, международные организации, кризис, пандемия COVID-19, налоговые льготы, туристический кешбэк.

**Образец цитирования:** Гайдукевич, Л. М. Основные тенденции трансформации туристического рынка в постпандемийный период развития / Л. М. Гайдукевич // Перспективы развития туризма в современных условиях: мировые тенденции и региональные контексты : материалы III Междунар. науч.-практ. конф., Минск, 28 сент. 2023 / Национальное агентство по туризму ; редкол.: И. Н. Воронович (предс.) [и др.]. – Минск, 2023. – С. 163–172.

# KEY TENDENCIES OF INTERNATIONAL TOURISM MARKET TRANSFORMATION IN POST-PANDEMIC DEVELOPMENT PERIOD

**L. Gaidukevich**

Belarusian State University,  
Nezalezhnosti Avenue, 4, 220030, Minsk, Belarus,  
lgaidukevich@mail.ru

**Annotation.** The article discusses the priority measures taken by international specialized tourism organizations and national governments to overcome the COVID-19 crisis in the tourism industry. The author pays special attention to the development of domestic and inbound tourism and tools that contribute to the dynamic growth of these types of tourism.

**Keywords:** international and domestic tourism, international organizations, crisis, COVID-19 pandemic, tax incentives, travel cash back.

**For citation:** Gaidukevich, L. Key tendencies of international tourism market transformation in post-pandemic development period / L. Gaidukevich // Prospects for the development of tourism in modern conditions: global trends and regional contexts : materials of the III Int. sci.-pract. conf., Minsk, 28 Sept. 2023 / National Agency for Tourism ; ed.: I. Voronovich (chair.) [et al.]. – Minsk, 2023. – P. 163–172.

В настоящее время большинство стран, ориентированных на развитие туризма, активно проводят перезагрузку отрасли. Это включает в себя внедрение цифровых платформ, экологических решений и пересмотр подходов к организации туризма. Кроме того, наблюдается рост цифровых стартапов, которые предлагают новые возможности для индивидуальных туров и международного сотрудничества.

Ключевую роль в восстановлении туристической индустрии и ее развитии играют международные туристические объединения, среди которых центральное место занимает Всемирная туристская организация (ЮНВТО).

Эта организация играет важную роль в восстановлении туристической индустрии в условиях распространения COVID-19. Уже в начале пандемии ЮНВТО предложила Комплекс мер по развитию туристической отрасли после пандемии.

Приоритетами восстановления туризма были определены:

- 1) обеспечение экономической стабильности субъектов туристической сферы при сохранении рабочих мест;
- 2) восстановление туризма с учетом обновленных санитарных мер и техник безопасности;
- 3) сотрудничество государств и частного сектора при восстановлении туристического сектора;
- 4) умеренность и постепенность при открытии государственных границ;
- 5) гармонизация национальных протоколов и санитарных стандартов с международными нормативами и нормативами ЮНВТО;
- 6) создание дополнительных рабочих мест до препандемического уровня;
- 7) внедрение инновационных методов и практик организации туризма [1].

Наибольший акцент в рамках деятельности по восстановлению туристической индустрии ЮНВТО делает на таких мерах, как сохранение рабочих мест в индустрии туризма, восстановление туризма с учетом обновленных санитарных мер и техник безопасности, гармонизация санитарных стандартов с нормативами ЮНВТО.

В условиях ограничений международных перемещений ЮНВТО рекомендовала более активное развитие внутреннего туризма и, в частности, сельского туризма. Наблюдалась популяризация туризма в сельской местности как оптимального вида отдыха по причине того, что в сельских регионах наблюдается меньшее скопление людей, а также нахождение туристов вне помещений. Сельский туризм способствует развитию и сохранению этнической аутентичной культуры.

Деятельность по восстановлению туризма на международном уровне не ограничивалась только работой Всемирной туристской организации. Организация объединенных наций (ООН) имеет в общей сложности 15 специализированных агентств ООН, которые в разной степени включились в борьбу с пандемией COVID-19.

«Организация экономического сотрудничества и развития» (ОЭСР), к примеру, учредила Комитет по туризму, который проводил анализ воздействия пандемии на различные подсектора туризма и разрабатывал оперативные меры для восстановления туризма правительствами различных стран [2].

Краткосрочные, среднесрочные и долгосрочные меры разрабатываются на основе механизма реагирования Международной организации труда (МОТ) на пандемию COVID-19 (стимулирование экономики и рабочих мест; поддержка предприятий, занятости и доходов; защита работников на рабочем месте; использование социального диалога между правительством, работниками и работодателями для поиска решений) [3].

Деятельность в данном направлении активно вело и G20. Министры туризма стран, входящих в G20 стран, регулярно проводили видеоконференции по вопросам возобновления туристических направлений. Всемирный совет по путешествиям и туризму (WTTC) регулярно разрабатывал шаги по уменьшению влияния кризиса на количество рабочих мест в этом секторе [4].

Таким образом, в деятельности международных организаций по выводу международного туризма из кризиса, вызванного распространением коронавирусной инфекции COVID-19, четко прослеживались три главных направления:

- всеобщее сотрудничество между частным бизнесом и правительственными структурами по минимизации последствий пандемии;
- цифровизация отрасли;
- разработка программ по переключению на внутренние туристские рынки.

Международные организации таким образом способствовали диалогу между частным и государственным сектором и другими заинтересованными сторонами по сбалансированности индустрии туризма, смягчению негативного воздействия туризма на окружающую среду и местные сообщества, использовали консолидацию возможностей для активного обмена опытом борьбы с пандемией и ее последствиями.

Эффективное управление кризисными ситуациями, стимулирование внутреннего и въездного туризма, разработка инновационных подходов к безопасности и гигиене, содействие устойчивому развитию туризма – такими мерами национальные правительства стремятся обеспечить возобновление и рост туристического сектора, улучшить условия работы для бизнеса и обеспечить безопасность и комфорт для туристов в новой реальности.

Туристическая отрасль, выходя из кризиса COVID-19, будет испытывать повторные шоки, однако ей присуща способность противостоять

экономическим спадам и кризисам, как это было во время эпидемии атипичной пневмонии (SARS) в 2003 г. и в период глобального финансового кризиса 2008–2009 гг. Поэтому отрасль может сыграть ключевую роль в оживлении мировой экономики после завершения кризиса. Задача восстановить лучше, чем было до пандемии, может теснее связать туризм с Целями в области устойчивого развития, что позволит создать более экологичную, инклюзивную и устойчивую среду.

К примеру, к мерам бюджетного стимулирования можно отнести новые кредитные механизмы, для представителей среднего и малого бизнеса, используемые в Португалии, в Испании, на Ямайке.

В Малайзии в начале марта 2020 г. были введены льготы по подоходному налогу для расходов на туризм. Франция изменила условия аннулирования туров, предоставляя ваучеры на новые даты. В Руанде туристам предоставлялся двухлетний период отсрочки бронирования без дополнительных платежей. Египет объявил о масштабном пакете стимулов в размере 50 млрд египетских фунтов для развития индустрии туризма, временно были отменены арендные платежи для предприятий в туристической сфере. Государственный сберегательный банк Таиланда предоставлял льготные кредиты для туроператоров.

Италия и Багамские острова расширили выплаты пособий по безработице на самозанятых и временных работников. В Канаде предоставлялись дотации к заработной плате работникам, согласившимся сократить время работы. Франция и Италия также предприняли шаги в поддержку туристических предприятий, включая частичную безработицу и отсрочку платежей в систему социального обеспечения. ОАЭ временно отменили коммунальные платежи и предоставили тур-предприятиям отсрочку по платежам за воду и электроэнергию.

Северный совет (региональная организация сотрудничества парламентариев Дании, Исландии, Норвегии, Швеции и Финляндии) предложил Исландии пакет мер, включающий финансирование инфраструктурных проектов, укрепление туристического потенциала страны и поддержку предприятий индустрии гостеприимства. Он также предусматривает инвестирование на сумму 15 млрд исландских крон для различных туристических проектов, включая национальные парки, охраняемые природные территории, туристические объекты, электрификацию гаваней и парка арендованных автомобилей [5].

Япония в апреле 2020 г. применила пакет чрезвычайных экономических мер, который включал новую субсидию в размере более

10 млрд долларов США в виде скидок и ваучеров для туристов, что восстановило более 3000 рабочих мест в сфере транспорта, общественного питания, гостиничной индустрии [6].

Большинство государств – членов ЕС принимало пакеты экономической помощи в сфере транспорта и туризма. Помимо дотаций к заработной плате, ссуд и гарантий для работников, они включали мораторий на уплату налогов и продление сроков перечисления взносов в систему социального обеспечения [2].

Таким образом, наиболее востребованными мерами государственной поддержки туристической сферы в период пандемии COVID-19 стали:

- введение долгосрочных налоговых льгот;
- субсидирование операционных расходов субъектов индустрии туризма;
- льготное кредитование;
- отсрочка и льготы по арендным платежам;
- дотации к заработной плате для работников туристической индустрии;
- отсрочка по неналоговым платежам.

В условиях COVID-19 внутренний туризм стал главным направлением развития. Это обусловлено геополитической неопределенностью и введением ограничений для международных путешествий. Многие туристы вынуждены были проводить часть своего отпуска в карантине при въезде в другую страну (например, КНР, Шри-Ланка, Эстония, Ямайка). Пересекая границы, туристы сталкивались с особыми требованиями по безопасности.

Поэтому развитие внутреннего туризма и повышение его качества стали приоритетными задачами для многих стран в кризисной ситуации. Внутренний туризм способствовал быстрому восстановлению туристической индустрии. Его развитие не только приносит доход государству, но также является способом сохранения национальных и мировых культурных ценностей, защиты биоразнообразия и экосистем.

В сфере туризма происходят кардинальные изменения, ведущие к диверсификации туристических направлений. Туристы меняют свои предпочтения, сохраняя основные потребности (желание сменить обстановку, путешествовать, получать новые впечатления и общаться). Время кризиса в туристической отрасли открывает возможности для переориентации на экотуризм, сельский туризм и глэмпинг. Этот тренд сориентирован на индивидуальности каждого туриста и отходит



от массового рынка. Развитие социальных сетей также поддерживает этот тренд, а популярность тревел-блогеров только увеличивается.

В мировой туристической сфере наблюдается разнообразие новых туристических продуктов. Одним из заметных трендов является востребованность медицинского туризма, который позволяет сочетать медицинское лечение с отдыхом за границей. Событийный туризм остается важным направлением, хотя пандемия вызвала изменения в организации массовых мероприятий. Гастрономический туризм имеет широкие перспективы развития и способствует сохранению гастрономических традиций страны.

Одной из основных тенденций развития международного туристического бизнеса в период восстановления после COVID-19 является повышение роли информационных технологий. Цифровизация туристической отрасли началась задолго до пандемии и принесла с собой ряд преимуществ и возможностей. Такие сервисы, как Skyscanner, Booking.com и Airbnb, сделали планирование поездок более доступным и удобным для туристов, позволяя им самостоятельно составлять индивидуальные маршруты вместо традиционных пакетных туров.

Цифровые технологии также способствовали развитию новых туристических продуктов и укреплению сотрудничества между предприятиями внутри страны. В настоящий момент этому активно способствуют музеи, выставочные залы, картинные галереи, которые проводят виртуальные экскурсии, позволяющие дистанционно насладиться экспозициями. Более востребованными стали виртуальные туры и инструменты дополненной реальности.

Кроме того, ЮНВТО проводит проект «Healing Solutions For Tourism Challenge», который представляет собой конкурс для стартап-компаний в области мобильных приложений. Этот конкурс стимулирует разработку инновационных решений, которые могут использоваться для безопасных путешествий в новых условиях международных перевозок. Такой подход ЮНВТО подчеркивает его стремление к активному использованию информационных технологий в решении текущих проблем и вызовов туристической отрасли [7].

Кросс-партнерства между крупными и мелкими игроками туристической отрасли становятся все более популярными благодаря оцифровке и структурированию больших объемов данных, а также мгновенному доступу к ним. Этот тренд приводит к необычным синергетическим результатам, где компании, действующие в разных

сферах, начинают сотрудничать. Банки, например, начинают предлагать онлайн туристические услуги, а туристические компании предлагают автомобили в аренду и другие услуги.

Международные банки активно включились в процессы восстановления туристической отрасли. Например, Всемирный банк проводит совместные мероприятия с правительствами развивающихся стран для облегчения пандемического кризиса. Они предоставляют финансовую поддержку и помогают в разработке программ и стандартов безопасности для туристических предприятий. Кроме того, банк оказывает техническую помощь и способствует внедрению цифровых инструментов и платформ, способствующих восстановлению туризма. Банк организует проекты совместно с ВОЗ и другими заинтересованными сторонами для реактивации сектора туризма. Они разрабатывают санитарные программы и протоколы безопасности, проводят обучающие мероприятия и организуют онлайн-туры по различным достопримечательностям.

В сотрудничестве с правительствами развивающихся стран Всемирный банк проводит мероприятия для облегчения пандемического кризиса. Например, совместно с правительством Армении были организованы единовременные выплаты для работников и предпринимателей в туристической и розничной торговле. В Италии были предоставлены единовременные выплаты самозанятым и специалистам в сельском хозяйстве, туризме и учреждениях культуры. В Малайзии был разработан проект по двойному вычету расходов на обучение в сфере туризма, а также были выделены средства на финансирование краткосрочных курсов по цифровым технологиям в туризме. В различных странах также проводятся мероприятия по реструктуризации туристического сектора, включая введение новых санитарных стандартов и протоколов мер безопасности [5].

В Беларуси выжить в таких сложнейших условиях смогли далеко не все туристические предприятия: каждая восьмая турфирма в 2020 г. прекратила свое существование. 196 туристических предприятий закрылось, что превысило количество открывшихся фирм за предыдущие 6 лет. Численность работников организаций, осуществляющих туристическую деятельность, за год сократилась примерно в 1,5 раза [8].

Развитие туристической индустрии Беларуси после 2020 г. показало, что рынок туристических услуг стал переориентироваться на предложения по всем доступным в условиях социального дистанцирования видам туризма. В сфере туризма в Беларуси и России

были внесены существенные изменения, направленные на поддержку и развитие отрасли. В Беларуси была введена упрощенная система налогообложения для туристической сферы, что снизило налоговую нагрузку до 6 % [9]. В России были предусмотрены более длительные меры поддержки. В 2022 г. были отменены НДС на пятилетний срок для предприятий туризма и гостиничной сферы [10].

Для стимулирования внутреннего туризма и поддержки отрасли в России была запущена программа туристического кешбэка. В рамках этой программы, действующей с 15 марта по 1 июня 2022 г., граждане России имеют возможность вернуть 20 % от стоимости тура или проживания в отеле при оплате онлайн картой «МИР». Такая инициатива направлена на привлечение россиян к отдыху внутри страны и развитию внутреннего туризма. Более того, это также способствует сохранению рабочих мест в сфере туризма, гостиничного сектора и связанных отраслей [11].

Согласно долгосрочному прогнозу в период с 2022 по 2032 г. ожидается, что вклад путешествий и туризма в мировую экономику будет расти в среднем на 5,8 % в год, что более чем вдвое превышает среднегодовые темпы роста мировой экономики (2,7 %). Наибольший потенциал для роста доли туризма в ВВП имеют регионы Ближнего Востока и Азиатско-Тихоокеанский регион. Будет расти ежегодно и количество занятых в туристической индустрии и к концу 2032 г. по прогнозам может составить 420 млн человек [6].

Несмотря на то, что прогнозы в целом позитивны, существуют некоторые риски снижения темпов восстановления. Это включает в себя негативные последствия конфликта в Украине, сбой в цепочках поставок и рост цен на энергоносители, которые усилили инфляционное давление в большинстве стран. Кроме того, последствия ограничений воздушного пространства и роста цен на нефть удорожили поездки.

### Список литературы

1. International Tourism And COVID-19 [Электронный ресурс] // UNWTO. – 2022. – Режим доступа: <https://www.unwto.org/international-tourism-and-covid-19>. – Дата доступа 12.03.2023.
2. World Bank Rebuilding Tourism Competitiveness: Tourism Response, Recovery and Resilience to the COVID-19 Crisis. – Washington, DC : World Bank, 2020. – 296 с.
3. COVID-19 и сектор туризма [Электронный ресурс] / Отраслевая справка MOT. – Режим доступа: <https://www.ilo.org/>

- wcmssp5/groups/public/---ed\_dialogue/---sector/documents/briefingnote/wcms\_749186.pdf. – Дата доступа: 16.03.2023.
4. Travel and Tourism Economic Impact [Электронный ресурс] / WTTC, с. 10. – Режим доступа: <https://wttc.org/Portals/0/Documents/Reports/2022/EIR2022-Global%20Trends.pdf>. – Дата доступа: 20.04.2023.
  5. World Tourism Organization (2021), 2020: Worst Year in Tourism History with 1 Billion Fewer International Arrivals, UNWTO press release, 28 January 2021 [Электронный ресурс] // UNWTO. – 2022. – Режим доступа: <https://www.unwto.org/news/2020-worst-year-in-tourism-history-with-1-billion-fewer-international-arrivals>. – Дата доступа 12.03.2023.
  6. 174 million Travel and Tourism jobs could be lost due to COVID-19 and travel restrictions // WTTC Press Release. – 2021, 29 October. – P. 34–40.
  7. 8th UNWTO Global summit on urban tourism «Smart cities, smart destinations» [Электронный ресурс] // UNWTO. – 2022. – Режим доступа: <https://www.unwto.org/8-unwto-global-summit-on-urban-tourism-smart-cities-smart-destinations>. – Дата доступа 05.03.2023.
  8. Демьянов, С. А. Негативные последствия пандемии COVID-19 для белорусского туристического рынка [Электронный ресурс] / С. А. Демьянов // Туризм и гостеприимство. – 2020. – № 2. – Режим доступа: <https://ojs.polessu.by/TG/article/view/1434/1188/>. – Дата доступа: 20.03.2022.
  9. Особенности налогообложения туристических услуг [Электронный ресурс] / Экономическая газета. – Режим доступа: <https://neg.by/novosti/otkrytj/nalogooblozhenie-turisticheskikh-uslug-osobennosti>. – Дата доступа: 04.04.2023.
  10. Нулевой НДС для гостиниц вводится в России с 1 июля [Электронный ресурс] / Интерфакс Туризм. – Режим доступа: <https://tourism.interfax.ru/ru/news/articles/89185>. – Дата доступа: 04.04.2023.
  11. Кешбэк за туры по России: программа возобновляется с 15 марта 2022 [Электронный ресурс] / АКМ Информационное агентство. – Режим доступа: [https://www.akm.ru/press/keshbek\\_za\\_tury\\_po\\_rossii\\_programma\\_vozobnovlyaetsya\\_s\\_15\\_marta\\_2022](https://www.akm.ru/press/keshbek_za_tury_po_rossii_programma_vozobnovlyaetsya_s_15_marta_2022). – Дата доступа: 04.03.2023.

## **МЕЖДУНАРОДНЫЙ ОПЫТ И ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ ПРОМЫШЛЕННОГО ТУРИЗМА В РЕСПУБЛИКЕ БЕЛАРУСЬ**

**О. В. Додонов<sup>1</sup>, Е. А. Додонова<sup>2</sup>**

Учреждение образования

«Белорусский государственный университет физической культуры»,

пр. Победителей, 105, 220020,

г. Минск, Беларусь, <sup>1</sup>oleg.dodonov.68@mail.ru,

<sup>2</sup>elena.dodonova.71@mail.ru

**Аннотация.** В статье раскрыто значение промышленного туризма для экономики Республики Беларусь; изучены история и истоки возникновения этого вида туризма; рассмотрен опыт предприятий разных стран и Республики Беларусь по организации и развитию промышленного туризма; определены перспективы развития промышленного туризма в Республике Беларусь.

**Ключевые слова:** конкурентоспособность, развитие, Республика Беларусь, промышленное предприятие, промышленный туризм, туризм.

**Образец цитирования:** Додонов, О. В. Международный опыт и перспективы развития промышленного туризма в Республике Беларусь / О. В. Додонов, Е. А. Додонова // Перспективы развития туризма в современных условиях: мировые тенденции и региональные контексты : материалы III Междунар. науч.-практ. конф., Минск, 28 сент. 2023 г. / Национальное агентство по туризму ; редкол.: И. Н. Воронович (предс.) [и др.]. – Минск, 2023. – С. 173–180.

# INTERNATIONAL EXPERIENCE AND PROSPECTS FOR THE DEVELOPMENT OF INDUSTRIAL TOURISM IN THE REPUBLIC OF BELARUS

O. Dodonov<sup>1</sup>, E. Dodonova<sup>2</sup>

Educational Institution

«Belarusian State University of Physical Culture»,

Pobeditelei Avenue, 105, 220020, Minsk, Belarus,

<sup>1</sup>oleg.dodonov.68@mail.ru, <sup>2</sup>elena.dodonova.71@mail.ru

**Annotation.** The article reveals the importance of industrial tourism for the economy of the Republic of Belarus; studied the history and origins of this type of tourism; reviewed the experience of enterprises from different countries and the Republic of Belarus in the organization and development of industrial tourism; determined the prospects for the development of industrial tourism in the Republic of Belarus.

**Keywords:** competitiveness, development, Republic of Belarus, industrial enterprise, industrial tourism, tourism.

**For citation:** Dodonov, O. International experience and prospects for the development of industrial tourism in the Republic of Belarus / O. Dodonov, E. Dodonova // Prospects for the development of tourism in modern conditions: global trends and regional contexts : materials of the III Int. sci.-pract. conf., Minsk, 28 Sept. 2023 / National Agency for Tourism ; ed.: I. Voronovich (chair.) [et al.]. – Minsk, 2023. – P. 173–180.

29 января 2021 г. постановлением Совета Министров Республики Беларусь за № 58 была принята Государственная программа «Беларусь гостеприимная» на 2021–2025 гг, целью которой является формирование и развитие современного конкурентоспособного туристического комплекса, увеличение вклада туризма в развитие национальной экономики [1, с. 3].

Среди перспективных для Республики Беларусь видов туризма, развитие которого будет способствовать достижению конкурентоспособного уровня национального туристического комплекса, следует выделить промышленный туризм, который по определению является деятельностью по организации экс-

курсий и туров на промышленные объекты (действующие или заброшенные) [2, с. 17]. Однако при том, что развитие промышленного туризма в мире имеет длительную историю, начиная с XIX в. в Республике Беларусь данный вид начал развиваться сравнительно недавно.

Таким образом, целью научного исследования является изучение международного опыта организации деятельности по развитию промышленного туризма и определение перспектив для его развития в Республике Беларусь.

Как в Республике Беларусь, так и в Российской Федерации промышленный туризм стал развиваться недавно в сравнении со многими промышленно-развитыми странами Европы и Америки. В то же время, как отмечают российские ученые, для которых объектом исследования является этот вид туризма, сегодня промышленный туризм можно назвать частью общей задачи по развитию туристической и инвестиционной привлекательности как Российской Федерации, так и Республики Беларусь [3, с. 58]. При этом развитие данного вида туризма в двух союзных государствах находится в постоянном поиске новых форм продвижения как уже ставших популярными промышленных брендов, так и новых производств.

По официальным данным Национального статистического комитета Республики Беларусь, на конец 2022 г. в национальной экономике осуществляло свою хозяйственную деятельность 16072 организации промышленности, из которых более 5 тысяч крупных предприятий [4]. В то же время, по результатам исследований специалистов, лишь 120 из них проводят экскурсии по своим цехам и промышленным площадкам [4]. При этом можно говорить об активизации промышленных предприятий Республики Беларусь в направлении развития промышленного туризма: по мнению этих же специалистов наблюдается ежегодный 15–20-процентный прирост числа туристов в этой сфере, что свидетельствует о возможностях развития потенциала промышленного туризма в Республике Беларусь.

Мировой практикой доказано, что экскурсии, организуемые на промышленные предприятия, являются эффективным средством развития туризма в целом и любой территории, т. к. выгодны всем вовлеченным сторонам – и туристам, и самим предприятиям, и регионам. Для предприятий открытие производства для

публичного осмотра является элементом маркетинговой стратегии, основанной на обеспечении лояльности потребителей и поддержке брендов предприятий. Для туристов это способ удовлетворения познавательного, эстетического и прагматического интереса. Для региона промышленный туризм является инструментом пропаганды патриотизма и источником налоговых поступлений в местный бюджет [6, с. 90].

Родоначальниками развития промышленного туризма по праву можно считать американские компании: в 1866 г. завод «Jack Daniel's» во время открытия самого предприятия организовал экскурсию для туристов на его территорию. Большинство американских промышленных предприятий сегодня принимают туристов, где для каждого из них, будь то автосборочный завод, лесопилка или аэропорт, считается дурным тоном не водить туристов, и сам факт отсутствия промышленного туризма рассматривается как угроза репутации фирмы [6, с. 92].

Настоящий индустриально-туристический бум пришелся на 90-е гг. прошлого века. Маркетологи объяснили это как любознательностью (со стороны туристов), так и желанием получить дополнительный доход (со стороны промышленных предприятий). К отраслям, которые сейчас пользуются повышенным спросом у туристов, относятся горнодобывающая и пищевая промышленность, машиностроение и энергетика. В одной только Франции более 1700 компаний ежегодно принимают туристов на своих производственных площадках. Лидирует здесь приливная электростанция в г. Ранс, которая ежегодно принимает 300 000 туристов; в Англии шоколадную фабрику «Кэдберри» ежегодно посещают 400 000 человек; в Испании особо популярными становятся винные туры; в Нидерландах – цветочные. В Германии упор делается на постиндустриальный мотив: например, заброшенные угольные и соляные шахты в Руре, судостроительные заводы времен Второй мировой войны. Хотя, конечно, открыты и многие действующие предприятия, где лидером посещаемости по праву можно считать завод BMW в баварском Вольфсбурге (260 тысяч туристов в год) [7, с. 22–25].

При развитии промышленного туризма промышленными предприятиями преследуются следующие цели (рис. 1).





**Рис. 1. Цели, преследуемые промышленными предприятиями при развитии промышленного туризма [8]**

Развитие промышленного туризма дает следующие преимущества территориям: дополнительная занятость работников в сопутствующей отрасли (непосредственно на туристических предприятиях, в частности специалистов-экскурсоводов), повышение имиджа региона (административного центра и (или) района в целом, где находится промышленное предприятие, непосредственно выгода для промышленных предприятий в виде рекламы бренда и продвижения своей продукции, что способствует в дальнейшем увеличить объем реализованной продукции [6, с. 94].

В промышленном туризме доходными являются просто экскурсии на промышленное предприятие, т. е. организованное групповое посещение промышленного предприятия с познавательными целями, которые по длительности занимают от одного до полутора часов, во время которых экскурсанты могут приобрести или заказать продукцию данного производителя. Такие экскурсии часто проводятся сегодня на парфюмерной фабрике «Фрагонар», «Грас» (Франция), фабрике по производству соуса «Табаско» (США), заводе шампанских вин «Абрау-Дюрсо» (Россия). Другой формой являются промышленные экскурсии для профессионалов – организация экскурсий на ведущие предприятия той или иной отрасли промышленности для бизнесменов или специалистов отрасли с целью изучения особенностей и инноваций производства, получения опыта успешных предприятий, поиска партнеров для бизнеса или объекта инвестирования. Примером организации таких экскурсий может служить завод «Эйркрафт Индастриз» в Чехии.

Однако наибольший доход промышленным предприятиям приносит организация тематических туров и организованные групповые поездки с посещением двух и более предприятий одного региона, производства которых представляют интерес в рамках темы тура [7, с. 25].

Продолжительность таких туров составляет от 2 и более дней. Соответственно, программа этих туров включает не только производственные экскурсии, но и услуги по размещению, питанию, трансферу, в которые обычно включены обзорные экскурсии по городам посещения и другие культурно-развлекательные мероприятия. Примерами таких тематических туров могут служить гастрономические туры во Францию с посещением винодельческих хозяйств (Бордо, Шампань и пр.), гастрономические туры в Швейцарию на производства сыров, туры по фабрикам народных промыслов городов Золотого кольца России. Как свидетельствует международный опыт, организация таких экскурсий служит отличной рекламой для многих промышленных предприятий, которые заинтересованы в продвижении своей продукции. Превращение производства в туристический объект стимулирует промышленные предприятия к улучшению культуры ведения производства, корпоративного климата и трудовых отношений. Становятся осмысленными уборка в цехах, чистая рабочая форма, презентабельный вид оборудования и многое другое, что создает привлекательный для туристов сам вид промышленного предприятия. В конечном итоге промышленное предприятие получает лояльность потребителей, эффективную поддержку брендов, а оборот сувенирных магазинов, расположенных в точках, где заканчиваются экскурсии, в среднем на 30 % выше, чем в других точках с аналогичной продукцией.

В последние годы в Республике Беларусь промышленный туризм набирает популярность. Крупнейшие отечественные кондитерские, ликеро-водочные, машиностроительные предприятия открывают свои двери для туристов. Во время экскурсии туристы знакомятся с историей предприятий, технологией производства продукции, участвуют в технологических процессах. Для белорусских промышленных предприятий развитие промышленного туризма является хорошим способом демонстрации своих возможностей для иностранных инвесторов.

Среди крупных промышленных предприятий следует отметить развитие промышленного туризма на предприятии «БелАЗ», где уже зарегистрировали 40-тысячного туриста [5]. На данном предприятии экскурсиями преимущественно интересуются студенты и преподаватели не только отечественных, но и российских вузов. Причем есть как платные экскурсии, так и по согласованию – на бесплатной основе. В экскурсию входит посещение музея, выставки специальной техники, карьерных самосвалов и ряда цехов. Все экскурсии легко подстраиваются под профориентации посетителей.

В Республике Беларусь привлекательными для туристов являются предприятие «Белхудожкерамика», расположенное в городском поселке Радошковичи; фабрика художественных изделий «Слуцкие пояса», где уже сегодня проводятся экскурсии в разных цехах предприятия и организована продажа изделий предприятия.

Про активную деятельность в развитии промышленного туризма свидетельствуют социальные страницы таких предприятий Республики Беларусь, как: пивоваренная компания «Аливария» [9]; «Туровский молочный комбинат» [10]; «Гродненский завод молочных продуктов» [11]. Для туристов открыты двери Минского автомобильного завода (МАЗ) и РУПП «Гранит», являющегося крупнейшим в Европе предприятием по добыче и переработке плотных горных пород.

В то же время в Республике Беларусь развитие промышленного туризма находится в стадии развития и принимающие туристов предприятия немногочисленны. Для развития промышленного туризма в Республике Беларусь необходимо преодолеть ряд проблем, таких как наличие ограничений по санитарным нормам, отсутствие отлаженной логистики, средств на продвижение услуг и на строительство дополнительной туристической инфраструктуры. Вместе с тем если реализовать эти направления должным образом, то промышленный туризм в нашей стране может стать по-белорусски уникальным.

Важным шагом в развитии промышленного туризма в Республике Беларусь может стать кооперация между городскими и региональными властями, местной бизнес-элитой, местными знатоками-краеоведами и туристическими компаниями. В этом проявляется государственно-частное партнерство.

Для Республики Беларусь промышленный туризм может стать своего рода новым мировым трендом, лучшей рекламой как для самих предприятий, так и для регионов, где они находятся, обеспечить продвижение продукции предприятий как на отечественном, так и на зарубежном рынках.

### Список литературы

1. О Государственной программе «Беларусь гостеприимная» на 2021–2025 годы [Электронный ресурс] : постановление Совета Министров Республики Беларусь от 29 января 2021 г. № 58 // Национальный правовой Интернет-портал Республики Беларусь. – Режим доступа: <https://www.sportedu.by/wp-content/>

- uploads/2017/11/Gosprogramma-Belarus-gostepriimnaya-na-2021-2025-gody.pdf. – Дата доступа: 02.07.2023.
2. Никулина, Ю. Н. Промышленный туризм: особенности организации и тенденции развития на региональном уровне / Ю. Н. Никулина. – М. : Перо, 2017. – 192 с.
  3. Косякова, А. А. Перспективы развития промышленного туризма в России / А. А. Косякова // Научная мысль. – 2016. – № 1 (19). – С. 56–59.
  4. Национальный статистический комитет Республики Беларусь: интерактивная информационно-аналитическая система распространения официальной статистической информации [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://dataportal.belstat.gov.by/Indicators/Preview?key=191515>. – Дата обращения: 02.07.2023.
  5. Ассоциация туроператоров // [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.atorus.ru/articles/all/article/466.html>. – Дата доступа: 02.07.2023.
  6. Кадыров, Р. В. Промышленный туризм как креативный маркетинг / Р. В. Кадыров, Р. Г. Мударисов // Вестник Алтайской академии экономики и права. – 2018. – № 8. – С. 88–94.
  7. Власова, Н. Ю. Индустриальный туризм в продвижении старопромышленных регионов / Н. Ю. Власова, О. Ю. Голубчиков, Е. В. Курилова // Journal of new economy. – 2017. – № 4 (72). – С. 19–31.
  8. Цели промышленного туризма [Электронный ресурс]. – Режим доступа: [http://tourlib.net/statti\\_tourism/danilchuk.htm](http://tourlib.net/statti_tourism/danilchuk.htm). – Дата доступа: 02.07.2023.
  9. Аливарья [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://belarus.travel/news/promyshlennyi-turizm-v-belarusi>. – Дата доступа: 02.07.2023.
  10. Туровский молочный комбинат [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://belarus.travel/news/promyshlennyi-turizm-v-belarusi>. – Дата доступа: 02.07.2023.
  11. Гродненский завод молочных продуктов [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://belarus.travel/news/promyshlennyi-turizm-v-belarusi>. – Дата доступа: 02.07.2023.

## **РЕСУРСНЫЙ ПОТЕНЦИАЛ РАЗВИТИЯ ВОЕННО-ПАТРИОТИЧЕСКОГО ТУРИЗМА В БРЕСТСКОЙ ОБЛАСТИ**

**С. А. Заруцкий**

Учреждение образования  
«Брестский государственный университет имени А. С. Пушкина»,  
бульвар Космонавтов, 21, 224016,  
г. Брест, Беларусь, zarutski82@gmail.com

**Аннотация.** В статье рассматривается ресурсный потенциал развития военно-патриотического туризма в Брестской области. Выявлены объекты военно-исторического наследия, которые могут быть использованы в организации туров военно-патриотической направленности, проведена классификация военно-исторических объектов по принадлежности к периоду военной истории, определены основные направления развития военно-патриотического туризма в регионе.

**Ключевые слова:** военно-патриотический туризм, памятники и места военно-исторического наследия, туры и экскурсии военно-патриотической направленности, Брестская область.

**Образец цитирования:** Заруцкий, С. А. Ресурсный потенциал развития военно-патриотического туризма в Брестской области / С. А. Заруцкий // Перспективы развития туризма в современных условиях: мировые тенденции и региональные контексты : материалы III Междунар. науч.-практ. конф., Минск, 28 сент. 2023 г. / Национальное агентство по туризму ; редкол.: И. Н. Воронович (предс.) [и др.]. – Минск, 2023. – С. 181–191.

# RESOURCE POTENTIAL FOR THE DEVELOPMENT OF MILITARY AND PATRIOTIC TOURISM IN THE BREST REGION

S. Zarutski

Educational Institution «Brest State A. S. Pushkin University»,  
21 Kosmonavtov Boulevard, 224016,  
Brest, Belarus, zarutski82@gmail.com

**Annotation.** The article considers the resource potential for the development of military-patriotic tourism in the Brest region. Objects of the military-historical heritage that can be used in the organization of military-patriotic tours have been identified, military-historical objects have been classified according to their belonging to the period of military history, and the main directions for the development of military-patriotic tourism in the region have been identified.

**Keywords:** military-patriotic tourism, monuments and places of military-historical heritage, tours and excursions of a military-patriotic orientation, Brest region.

**For citation:** Zarutski, S. Resource potential for the development of military and patriotic tourism in the Brest region / S. Zarutski // Prospects for the development of tourism in modern conditions: global trends and regional contexts : materials of the III Int. sci.-pract. conf., Minsk, 28 Sept. 2023 / National Agency for Tourism ; ed.: I. Voronovich (chair.) [et al.]. – Minsk, 2023. – P. 181–191.

Военная история – это одна из составляющих туристского интереса, а объекты, которые посещают туристы, располагают их к духовному обогащению и расширению кругозора. Средством укрепления единства народа, его патриотического воспитания и интеллектуального обогащения является военно-патриотический туризм, который в настоящее время пользуется спросом у граждан Республики Беларусь и развивается как отдельное направление. В настоящее время военно-патриотический туризм, являясь инструментом сохранения исторической памяти и развития территорий, вовлекает все большее количество людей, охватывая такие аспекты путешествия, благодаря которым человек узнает специфику культуры, обычаев народа, связанных с военной историей, обогащается гражданско-патриотическими знаниями.

В настоящее время военно-патриотический туризм рассматривается как вид туризма, который связан с посещением мемориалов и исторических мест, военных музейных объектов и экспонатов, связанных с боевыми действиями и сражениями, мест дислокации боевых транспортных средств, а также содействует патриотическому воспитанию граждан [1, 2]. Целью данного вида туризма является воспитание и поддержание интереса к национальному прошлому, а также формирование нравственных устоев и понимания событий, касающихся трагического прошлого страны.

При организации военно-патриотического туризма существуют определенные особенности, связанные со спецификой данного вида путешествий. Данный вид туризма базируется на уникальных ресурсах местности и активно способствует сохранению и рациональному использованию ее военно-исторического наследия.

Военно-патриотический туризм в Республике Беларусь является важным направлением и имеет большие возможности для развития. Территория страны на протяжении всей своей истории являлась ареной военных действий многочисленных войн, что оставило след в виде военно-фортификационных сооружений, памятных знаков военных сражений и бelligеративных ландшафтов почти во всех городских и сельских населенных пунктах страны [3]. Сегодня эти объекты присутствуют практически в любом классическом туристическом продукте. К числу наиболее популярных у туристов объектов относятся музеи, мемориальные комплексы и памятные места, связанные с эпохой Великой отечественной войны.

В настоящее время на территории Брестской области сохранилось около 2084 памятников истории и культуры, около 2 тысяч мест, связанных с героическими и трагическими страницами Великой Отечественной войны [4]. С позиции военно-патриотического туризма территорию Брестской области можно рассматривать как крупный военно-исторический музей под открытым небом. Только незначительная часть объектов используется в экскурсионной деятельности. Основу посещений составляют места сражений, памятники, мемориалы, музеи и крепости.

Один из основных военно-исторических объектов региона – Каменецкая башня, которая является уникальным памятником архитектуры и оборонительного зодчества второй половины XIII в. Сегодня в Каменецкой башне расположен музей. Посещение башни включено в различные военно-патриотические экскурсионные программы.

Огромный вклад в развитие военно-патриотического туризма не только Брестской области, но и Республики Беларусь вносит находящийся на территории Бреста и Брестского района мемориальный комплекс «Брестская крепость-герой». Он был создан в 1969–1971 гг. на территории Брестской крепости для увековечивания подвига участников обороны Брестской крепости. Сегодня на территории комплекса организовываются как индивидуальные, так и групповые экскурсии, обзорные и тематические, проводят лекции, кинолектории, выставки и многое другое. Мемориальный комплекс является одним из самых посещаемых туристических объектов Беларуси. Ежегодно его посещают более 500 тысяч человек [5].

Еще одним популярным и посещаемым объектом военно-патриотического туризма Брестской области является историко-мемориальный музей «Усадьба Немцевичей» в д. Скоки. Усадьба была построена предположительно в 1777 г. Именно в стенах усадьбы 15 декабря 1917 г. был подписан протокол о военном перемирии между Советской Россией и Германской империей. Сегодня на территории усадьбы проходят не только экскурсии, но и ежегодный традиционный военно-исторический фестиваль «Скоки» с реконструкциями боев Первой мировой войны.

Большую популярность у туристов имеет расположенный на территории Ивацевичского района музейный комплекс «Хованщина». Музей партизанской славы, где в 1943–1944 гг. базировались Брестские подпольные обкомы, штаб Брестского партизанского соединения, редакция и типография подпольной газеты «Заря». На территории мемориального комплекса присутствует обстановка партизанского лагеря. Ежегодно в последнее воскресенье мая в музейном комплексе «Хованщина» проводится театрализованная экскурсия-рассказ «Один день из жизни партизанского отряда», акция «Ночь музеев» [6].

Все историко-культурные объекты на территории Брестской области, которые можно использовать в организации туров военно-патриотической направленности, относятся к следующим военно-историческим периодам: восстания под руководством Т. Костюшко (1794–1795 гг.), войны 1812 г., восстания 1863–1864 гг., Первой и Второй мировых войн. Наибольшее количество памятников военно-патриотической направленности относятся к периоду Второй мировой войны. Они расположены во всех районах области. Памятники эпохи Первой мировой войны по численности занимают второе место



и располагаются во всех районах Брестской области, кроме Жабинковского, Ивановского, Малоритского и Столинского. Наименьшее количество аттрактивных памятников в регионе принадлежат периоду Отечественной войны 1812 г., восстаниям 1794–1795 гг. и 1863–1864 гг.

Для военно-исторических объектов Брестской области характерна относительно низкая аттрактивность. Это связано с тем, что на территории Брестской области располагается огромное количество братских могил и памятников жертвам фашизма и землякам, которые имеют низкую привлекательность у экскурсантов, и они составляют значительную часть всех военно-исторических объектов региона.

Восстание под руководством Т. Костюшко (1794–1795 гг.). В 1794 г. в Речи Посполитой вспыхнуло восстание под руководством Тадеуша Костюшко, переросшее в национально-освободительную войну. Исторически значимые военные действия проходили в том числе и на территории Брестской области (сражение у Крупчиц, битва под Брестом) и оставили памятники и памятные места, которые в настоящее время являются самостоятельными объектами военного туризма.

В сентябре 1794 г. с Волыни на территорию западной части современной Брестской области прибыл 10-тысячный корпус А. В. Суворова, который 4 сентября взял Кобрин, а через два дня произошло известное Крупчицкое сражение у стен кармелитского монастыря, закончившееся победой русских войск под командованием А. В. Суворова. В память о Крупчицкой битве в д. Чижевщина построена церковь Святого Владимира, а в 2004 г. в память о тех событиях недалеко была открыта мемориальная часовня, которую посещают в ходе военно-патриотических и краеведческих маршрутов по Жабинковскому району.

В деревнях Большие и Малые Сехновичи, которые некогда принадлежали роду Костюшко, с 1784 по 1789 г. проживал генерал-бригадир американских войск Тадеуш Костюшко. Сегодня на территории д. Малые Сехновичи находится один из двух музеев Т. Костюшко и его бюст, созданный известным польским скульптором Бальбиной Видацкой-Свитич. Второй музей-усадьба располагается в Меречевщине (Ивацевичский район), где Т. Костюшко родился и провел свои первые годы жизни.

После окончания боевых действий, закончившихся победой А. Суворова, императрица Екатерина II подарила ему Кобрин. С того момента город и имя полководца неотделимы. Александру Суворову

посвящены три мемориала: усадьба в центре города и два бюста, один из которых находится в парке имени А. Суворова. Там проводятся не только краеведческие экскурсии для желающих ознакомиться с богатой историей города, но и военно-патриотические экскурсии для заинтересованных военным прошлым края [21]. В Кобрине расположен военно-исторический музей имени А. Суворова, представленный двумя экспозициями.

Война 1812 г. Война 1812 г. против армии Наполеона является важнейшим военным периодом в истории, затронувшим не только территории России и Европы, но и Беларусь. Катастрофический разгром «великой армии» на территории Беларуси привел в конечном итоге к освобождению Европы от тирании Бонапарта. На территории страны прошло около 20 сражений, которые не обошли и Брестскую область, где сегодня сохранились напоминания о тех боях в виде памятных построек и монументов.

Для русской армии важнейшим местом, повлиявшим на ход событий войны, выступает Кобрин, где впервые была одержана победа русского оружия 15 (27) июля 1812 г. Западная армия А. П. Тормасова в тылу врага штурмом взяла город. Патриотическую и героическую память о сражении несет в себе заложенный в июле 1912 г. памятник, символизирующий первую победу русских войск в 1812 г. Он представляет собой гранитный постамент, увенчанный большим бронзовым двуглавым орлом с широко распростертыми крыльями. Клювом и когтями орел разрывает лавровый венок – вензель Наполеона, что символизирует победу русской армии. В городе о событиях 1812 г. напоминают также две мемориальные доски. Одна находится на здании собора, сооруженного на братской могиле русских воинов-героев, павших в Кобринском бою, вторая расположена на здании бывшего Спасского монастыря. Ежегодно сюда приезжают взрослые и дети и знакомятся в рамках туров с военным прошлым города в войне 1812 г.

Памятные знаки о событиях войны 1812 г. также представлены в Бресте, Пинске, д. Стригово Кобринского района. В д. Городецко Пружанского района сохранились мемориальная стела и часовня в память битвы, где русская армия под командованием генерала А. П. Тормасова упорно сражалась против 40 тысяч корпуса наполеоновской армии.

Восстание 1863–1864 гг. События восстания 1863–1864 гг. на территории Брестской области достаточно изучены и освещены в исторической литературе.

О событиях восстания напоминают братские могилы и памятные сооружения, расположенные в г. п. Домачево (памятник участникам восстания 1863–1864 гг.) и в д. Колпаки Барановичского района (мемориальный крест в память российских солдат, принимавших участие в боях с повстанцами). Также недалеко от д. Колпаки воздвигнута часовня-памятник в неоклассическом стиле в месте сражения и в честь победы повстанцев К. Калиновского 23 мая 1863 г. над регулярными частями царских войск.

На территории Кобринского района в 1863 г. прошли боевые действия под руководством Ромуальда Траугутта. О них напоминает установленный памятный камень с мемориальной доской недалеко от д. Буховичи. Братские могилы, памятники и знаки восстания 1863 г. установлены также в Дрогичинском, Пинском и Ивацевичском районах.

Первая мировая война (1914–1918 гг.). Туристический интерес к теме Первой мировой войны в Беларуси проявился относительно недавно. В его основе лежит желание заинтересовать данной темой местных жителей и иностранных туристов. Среди памятников истории и культуры военно-патриотической направленности, относящихся к периоду Первой Мировой войны и сохранившихся до наших дней, на территории Брестской области следует выделить оборонительные сооружения (22 объекта) и воинские захоронения (52 объекта). Наибольшее их количество сосредоточено в Пинском, Барановичском, Ляховичском и Ивацевичском районах. В каждом из этих районов находятся места, где проходили важнейшие военные события, заслуживающие внимания любителей военно-патриотического туризма.

В Барановичах до сентября 1915 г. размещалась Ставка Верховного Главнокомандующего, а недалеко от города, в долине Щары и Сервечи, в 1916 г. была предпринята Барановичская наступательная операция, которая вылилась в одно из самых кровопролитных сражений Первой мировой войны на Восточном фронте. Белый дворец в Брестской крепости и усадьба Скоки под Брестом связаны с подписанием в 1918 г. Брестского мирного договора.

Через Барановичский, Ляховичский, Ивацевичский и Пинский районы проходила линия германских укреплений, протянувшихся с севера на юг вдоль Щары и Огинского канала. Многие доты сохранились до настоящего времени, являясь немymi свидетелями затяжной

позиционной войны, которая получила название сидячей. На территории Пинского и Ивацевичского районов вдоль бывшей линии фронта сохранилось около 40 германских дотов периода Первой мировой войны. Эти доты, а также протяженные полевые позиции и траншеи сыграли главную роль в ходе Первой мировой войны, коренным образом изменившей предшествующую военную доктрину, основанную на ключевой роли крепостей и укрепрайонов. Самым интересным является огромный дот-бункер, скрытый в глубине Поречского парка, где во время Первой мировой войны размещался штаб 269-го резервного полка германской армии.

Город Пинск известен и тем, что 15 сентября 1915 г. был оккупирован кайзеровскими войсками. Всего в нескольких километрах от Пинских окраин за р. Ясельдой прошла линия российско-германского фронта.

Сегодня, оказавшись в д. Новый Двор Пинского района, туристы могут познакомиться с началом Логишинского контрнаступления. Локализовать это событие позволяют оз. Погост и р. Вислица, на которой были устроены гати и наведены мосты для переправы. Старая дорога из Нового Двора к д. Стошаны стала одним из важнейших направлений контрудара. В этих местах совершила свой подвиг сестра милосердия Римма Иванова. В честь этого события в центре д. Мокрая Дубрава был установлен памятный знак с портретом героини. На православном храме в д. Доброславке открыта мемориальная доска. В г. п. Логишин туристы и экскурсанты могут увидеть неоготический Петропавловский костел, колокольня которого была наблюдательным пунктом в годы Первой мировой войны. Целый ряд воинских захоронений Первой мировой войны находится в г. п. Телеханы, д. Ольшанке, д. Поречье и д. Дубое.

Объектом посещения является и воинское кладбище в д. Хворосно, рядом с которым в начале сентября 1915 г. на позициях вдоль канала находился лейб-гвардии уланский полк, в котором служил поэт Николай Гумилев, в то время корреспондент петербургской газеты «Биржевые ведомости». В 1916 г. на линии фронта под Пинском оказался первый поэт Серебряного века русской поэзии Александр Блок, зачисленный табельщиком в 13-ю инженерно-строительную дружину. Блоковские места Полесья – это д. Колбы, д. Лопатин, д. Парохонск, д. Погост, г. Лунинец. В д. Лопатин находится музей А. Блока, а в соседней д. Колбы растет могучий «блоковский» дуб.

Вторая мировая война (1939–1945 гг.). Ресурсы военно-патриотического туризма, посвященные Второй мировой войне, на сегодняшний день являются ключевыми во многих экскурсионных турах и почти каждый военно-патриотический турпродукт Брестской области связан или содержит в себе объекты, относящиеся к данной военной тематике. Брестская область имеет большое количество уникальных военно-исторических памятников, которые не только включены в маршруты и экскурсии военно-патриотической направленности, но и являются важными местами почитания погибших.

Главным символом Брестской области, куда уже много лет приезжают туристы с разных стран мира, является Брестская крепость. Именно с этого места началась Великая Отечественная война. Огромное количество посетителей ежегодно прибывает в Брестскую область посмотреть на символ патриотизма и мужества, побывать в месте героических сражений. 8 мая 1965 г. Брестской крепости было присвоено звание крепости-героя с вручением ордена Ленина и медали «Золотая Звезда». С 1971 г. это место является крупнейшим мемориальным комплексом страны, на территории которого построено множество памятных мемориалов. В состав мемориального комплекса входят: музей обороны Брестской крепости, скульптурная композиция «Жажда», монумент «Мужество», Белый дворец, площадь Церемониалов, плиты мемориала, Главный монумент, штык-обелиск, вечный огонь, скульптурная композиция «Героям границы, женщинам и детям мужеством своим в бессмертие шагнувшим»; музей обороны; музей «Форт № 5».

На территории Брестской области расположено около 2 тысяч мест, связанных с героическими и трагическими страницами Великой Отечественной войны, в том числе свыше 300 обелисков, 86 стел, 41 мемориал и более 100 монументов. Большим интересом у экскурсантов и туристов пользуются мемориальные комплексы «Здитовская оборона» в Березовском районе, «Дремлево» в Жабинковском районе, «Стражам границ» в Бресте, «Урочище Гай» в Барановичах, «Партизанам Полесья» и «Освободителям Пинска» в Пинске, монумент «Сожженным деревням» в Пружанах, мемориальный комплекс «Хованщина» в Ивацевичском районе и др. [7]. Многие экскурсии военно-исторической направленности проходят по местам сожженных деревень, бывших концентрационных лагерей и крупным захоронениям освободителей от немецко-фашистских захватчиков.

Места и объекты, связанные с темой Второй мировой войны, обладают важнейшей исторической и культурной ценностью для всех районов Брестской области, а также для страны в целом. Включение их в туристские маршруты способствует формированию патриотического сознания граждан и военно-патриотическому воспитанию молодого поколения.

Военно-патриотический туризм в Брестской области привлекает туристов из разных стран и выявляет характерные для них особенности. Туристы из России и Израиля приезжают в Беларусь, чтобы увидеть объекты, связанные с тематикой Второй мировой войны. Среди туристов из Западной Европы есть граждане, которые специализируются именно на военно-исторических турах. Например, туристов из Франции интересует тематика наполеоновских войн и те объекты, которые в Беларуси связаны с этими событиями. Граждан Германии и Австрии – тема Первой и Второй мировых войн, т. к. сохранился ряд памятных мест, воинских захоронений, которые посещаются как туристами, так и потомками тех людей, которые принимали участие в этих войнах.

Таким образом, в Брестской области в настоящее время военно-патриотический туризм является достаточно развитым и популярным видом экскурсионно-познавательного туризма, который выполняет воспитательную функцию и способствует формированию патриотизма, положительно влияет на развитие туризма в стране в целом, способствует увеличению притока туристов, знаний и интереса у молодого поколения к прошлому своей страны. В регионе существует спрос на туры, связанные с военной тематикой, историей, достопримечательностями, традициями и многими другими факторами, что позволит развивать военно-исторический туризм в правильном направлении.

### Список литературы

1. Зорин, И. В. Энциклопедия туризма : с правочник. / И. В. Зорин, В. А. Квартальнов. – М. : Финансы и статистика, 2003. – 368 с.
2. Российский энциклопедический словарь «Туризм» / С. Н. Абакумов [и др.]; под общ. ред. С. Ю. Житенёва. – М. : Ин-т наследия, 2018. – 490 с.
3. Решетников, Д. Г. География туризма Беларуси / Д. Г. Решетников. – Минск : БГУ, 2012. – 303 с.

4. Свод памятников истории и культуры Белоруссии. Брестская область. – Минск : БелСЭ, 1990. – 424 с.
5. Мемориальный комплекс «Брестская крепость герой» [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.brest-fortress.by>. – Дата доступа: 12.06.2023.
6. Мемориальный комплекс партизанской славы «Хованщина» [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://hovanschina.museum.by>. – Дата доступа: 12.06.2023.
7. Дзяржаўны спіс гісторыка-культурных каштоўнасцей Рэспублікі Беларусь / склад. В.Я. Абламскі, І.М. Чарняўскі, Ю.А. Барысюк. – Мінск : БЕЛТА, 2009. – 684 с.

## **СТУДЕНЧЕСКИЙ ТУРИЗМ КАК СРЕДСТВО КОМАНДООБРАЗОВАНИЯ И ПАТРИОТИЧЕСКОГО ВОСПИТАНИЯ В ВУЗЕ (НА ПРИМЕРЕ УЧРЕЖДЕНИЯ ОБРАЗОВАНИЯ «БЕЛОРУССКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ КУЛЬТУРЫ И ИСКУССТВ»)**

**А. В. Калашникова<sup>1</sup>, К. Д. Гневашева<sup>2</sup>**

Учреждение образования

«Белорусский государственный университет культуры и искусств»,  
ул. Рабкоровская, 17, 220007, г. Минск, Беларусь,

<sup>1</sup>kalashnikovaav@mail.ru, <sup>2</sup>kseniagnevaschewa@gmail.com

**Аннотация.** В статье рассматриваются студенческий туризм и формы туристско-экскурсионных проектов с использованием технологий командообразования. Авторы описывают коммеморативные практики студентов Белорусского государственного университета культуры и искусств и предлагают план патриотического тимбилдинга, который служит выполнению воспитательных задач в вузе.

**Ключевые слова:** молодежный туризм, студенческий туризм, академическая группа, командообразование, коммеморация, студенческое туристическое общество, тимбилдинг.

**Образец цитирования:** Калашникова, А. В. Студенческий туризм как средство командообразования в вузе (на примере учреждения образования «Белорусский государственный университет культуры и искусств») / А. В. Калашникова, К. Д. Гневашева // Перспективы развития туризма в современных условиях: мировые тенденции и региональные контексты : материалы III Междунар. науч.-практ. конф., Минск, 28 сент. 2023 г. / Национальное агентство по туризму ; редкол.: И. Н. Воронович (предс.) [и др.]. – Минск, 2023. – С. 192–208.



# STUDENT TOURISM AS A MEANS OF TEAM BUILDING AND PATRIOTIC EDUCATION IN UNIVERSITY (BY THE XAMPLE OF BELARUSIAN STATE UNIVERSITY OF CULTURE AND ARTS)

A. Kalashnikova<sup>1</sup>, K. Gnevaschewa<sup>2</sup>

Educational Institution «Belarusian State University of Culture and Arts»,  
Rabkorovskaya Avenue, 17, 220030, Minsk, Belarus,

<sup>1</sup>kalashnikovaav@mail.ru, <sup>2</sup>kseniagnevaschewa@gmail.com

**Annotation.** The article deals with student tourism and forms of tourist and excursion projects using team building technologies. The authors describe the commemorative practices of students of the Belarusian State University of Culture and Arts and offer a plan for patriotic team building, which serves to fulfill educational tasks at the university.

**Keywords:** youth tourism, student tourism, academic group, commemoration, student tourism society, patriotic team building.

**For citation:** Kalashnikova, A. Student tourism as a means of team building in the university (on the example of the Belarusian State University of Culture and Arts) / A. Kalashnikova, K. Gnevaschewa // Prospects for the development of tourism in modern conditions: global trends and regional contexts : materials of the III Int. sci.-pract. conf., Minsk, 28 Sept. 2023 / National Agency for Tourism ; ed.: I. Voronovich (chair.) [et al.]. – Minsk, 2023. – P. 192–208.

Молодежный туризм выступает как сегмент современной молодежной культуры и выполняет ряд функций: укрепление экономики государства за счет внутренних и въездных молодых туристов; развитие инфраструктуры и услуг, соответствующих потребностям и ожиданиям туристов (туристской дестинации); знакомство путешественников с историческим и культурным наследием собственной страны и других государств; актуализация у молодого поколения чувства национального самосознания и патриотизма; воспитание уважения к обычаям других народов, обеспечение многостороннего развития личности туриста.

К исследованиям в сфере молодежного (студенческого) и культурно-познавательного туризма сегодня обращаются российские

и белорусские ученые разных областей знания – экономики, социологии, культурологии, искусствоведения: А. В. Ханина, А. С. Насретдинова, Э. Р. Хайруллина, И. Н. Воронович, М. В. Лесниченко-Роговская, О. М. Соколова, С. А. Пациенко, Н. А. Чирский, Т. А. Хвагина и др. Проблеме формирования коллектива как одной из фундаментальных в отечественной педагогике посвящено множество исследований в разные периоды времени (А. С. Макаренко, Е. В. Сидоркин, А. В. Петровский, Д. А. Ефремов, М. И. Дьяченко, Л. А. Кандыбович, М. Н. Рулев и др.). Командообразование – важный аспект исследования студенческого туризма. Без сплоченного коллектива в учебной группе, как и в туристическом путешествии, при разобщенности участников и отсутствии общности заинтересованных в едином результате студентов или путешественников, на основе только личного желания каждого сложно наладить как плодотворный образовательно-воспитательный процесс, так и получить качественный результат туристской деятельности.

Цель статьи – выявить новые формы туристско-экскурсионной деятельности, которые могут быть эффективным инструментом командообразования студенческой молодежи (академической группы) и выполнять воспитательные задачи образовательного процесса в вузе. Основными видами образовательного туризма являются программы академической мобильности; летние студенческие лагеря и тематические смены; стажировки, семинары и конференции; экскурсионно-ознакомительные поездки по регионам [4, с. 20]. Однако мы считаем, что сегодня необходимо уделить особое внимание патриотическому воспитанию белорусской студенческой молодежи и ее участию в коммерциальных (мемориальных) практиках, которые реализуются через обряды публичного поминовения студенческой молодежью наиболее знаковых для общества мест, событий и личностей.

Ретроспективный анализ студенческого туризма (Д. А. Денисова, А. В. Ханина) показывает, что в конце XIX – начале XX в. начали разрабатываться тематические маршруты, охватывающие достопримечательности посещаемого региона, а в начале XX в. наиболее распространенным видом образовательного туризма были экскурсионно-образовательные путешествия (предоставление туристических услуг для удовлетворения духовных, информационных или эстетических потребностей туристов). Следовательно, образовательный туризм развивался благодаря географам, историкам, мореплавате-

лям и исследователям, бизнесменам, которые открывали, находили и оставили последующим поколениям результаты научных наблюдений, мемуары, воспоминания, очерки и дневники путешествий. Образовательный туризм середины и конца XX в. был направлен на учителей и учеников, для которых разрабатывались специальные экскурсионные туры [4, с. 21]. В XXI в. появились новые виды туристско-экскурсионных продуктов (экстремальные туры и спортивный туризм, промышленный и сельский туризм, этнографический, экотуры и фотоохота, экскурсии развлекательно-познавательного характера с аудиогидом по городам и паркам, анимационные экскурсии, туры приключенческого характера, театрализованные музейные и загородные мероприятия, театральные и ивент-туризм, MISE-туризм, профориентационный туризм и др.).

Государственной программой «Беларусь гостеприимная» на 2021–2025 гг. (подпрограммой 1 «Кадровое и учебно-методическое обеспечение в сфере туризма» и подпрограммой 3 «Развитие объектов туристической индустрии») предусмотрено обновление экскурсий и туров по Беларуси, в том числе разработка виртуальных экскурсий; мобильных приложений и аудиогидов, сопровождающих туры; трансграничных туристических маршрутов; маршрутов для людей с ограниченными возможностями и др. В Министерстве спорта и туризма (20 июня 2023 г.) на заседании совета по Единой классификации видов туризма в перечень для включения видов туризма в Единую классификацию видов туризма Республики Беларусь предлагались следующие виды: гастрономический туризм; лечебно-оздоровительный туризм; культурно-познавательный туризм; охотничий туризм; экологический туризм; деловой туризм; ностальгический; активный (спортивный) туризм; агроэкотуризм; событийный туризм.

Примерами инновационных проектов в молодежном туризме могут служить новые по форме и качеству экскурсии в Беловежской пуше – «Экскурсии на родину Деда Мороза», включающие в себя театрализацию и интерактивные элементы, которые знакомят с белорусской мифологией и биосферой заповедника, пользуются спросом у туристов в нашей стране и за рубежом; проект «Познай Беларусь мистическую...» (#ПознайБеларусь мистическую...), в котором определены ТОП-10 локаций белорусских призраков, привлекающих молодежь: Оборотень Мирского замка, Белая Панна в монастыре францисканцев и Черный монах в Гольшанском замке, Черная Панна

в Несвижском замке, Убийцы Кейстута и дама с собачкой в Кревском замке, Поместье графа Тышкевича в Налибокской пуше, Мертвое озеро – святилище озерниц в Мядельском районе, Усыпальница рода Завиши (пирамида некроманта) в Узде, Дитя Красного болота рядом с Мозырем, Святое озеро в Городокском лесу, Призрак Ядвиги Любанской в Лошицком замке и др.

Вместе с обновлением туристских продуктов возникают новые маркетинговые инструменты для их продвижения (туристические выставки, конкурсы и премии, промоутуры, виртуальные экскурсии и др.). Продвижение туристического потенциала Республики Беларусь на внутреннем и внешних туристических рынках предусмотрено в рамках Государственной программы «Беларусь гостеприимная» на 2021–2025 гг. (подпрограммы 2 «Маркетинг туристических услуг»). В качестве примера маркетинговых инноваций в отечественном туризме отметим создание, поддержку, обновление и продвижение в сети интернет централизованных ресурсов [www.belarustourism.by](http://www.belarustourism.by) и [www.belarus.travel](http://www.belarus.travel) о туристических возможностях Республики Беларусь; развитие и продвижение в сети интернет сайтов областей и г. Минска; комплексное интернет-продвижение многофункционального сервиса онлайн-бронирования туристических услуг VETLIVA; проведение информационно-рекламной кампании на территории Республики Беларусь и за рубежом (в том числе онлайн); проведение республиканского туристического конкурса «Познай Беларусь». Как отмечают белорусские исследователи Н. А. Чирский, Т. А. Хвагина (Белорусское общественное объединение экскурсоводов и гидов переводчиков), инновации в туризме продолжают и все чаще представляют собой комплексные культурно-досуговые мероприятия, предусматривающие новую форму проведения и формирующие спрос на новый продукт на туристском рынке [5, с. 20].

Российские исследователи А. С. Насретдинова и Э. Р. Хайруллина выделяют такие виды молодежного туризма, как студенческий туризм, туризм миллениалов, туризм поколения Z. Как отмечают ученые (со ссылкой на определение, данное Всемирной туристской организацией) – дефиниция «миллениалы» в последнее время широко используется для идентификации путешественников, которые относятся к поколению молодежи, родившейся в 1980–1995 гг. [2, с. 503]. Поколение Z – это молодые люди, родившиеся после середины 1990-х гг., которые составляют почти 30 % населения мира, что составляет 29 млн

международных путешественников. Сегодня большинство из них представляют студенческий туризм. Поколение Z (как и миллениалы) «активно использует онлайн-сервисы для планирования путешествий, как правило, не может определиться в своих потребностях в туристической поездке, активно использует социальные сети, любит фотографировать места посещения (в основном на мобильный телефон), предпочитает активные виды отдыха и имеет нестабильный доход. Они выросли в глобализованном мире, с интернетом, активно пользуются мобильными устройствами и социальными сетями, проживают преимущественно в городах; имеют разное отношение к работе и отдыху (60 % считают путешествия важной частью своей жизни); стремятся к взаимодействию и коммуникации; ищут реальных впечатлений; стремятся делиться впечатлениями (в основном склонны выражать свои впечатления виртуально в интернете, а не в реальной беседе); осуществляют 4–5 путешествий в год; осуществляют расходы выборочно; стремятся во время путешествия изучить жизнь и быт местного населения; готовы к экспериментам, предпочитают виды туризма, связанные с индустрией впечатлений; искренне верят, что могут изменить мир, в путешествиях предпочитают не навредить окружающей среде [2, с. 504]».

В Республике Беларусь в последние годы наблюдается положительная динамика развития внутреннего молодежного туризма. Развитие внутреннего туризма планомерно осуществлялось в рамках Государственной программы «Беларусь гостеприимная» 2016–2020 гг. и продолжается в соответствии с Государственной программой «Беларусь гостеприимная» на 2021–2025 гг., подготовленной с учетом приоритетов социально-экономического развития Республики Беларусь на 2021–2025 гг. и направленной на продвижение туристического потенциала страны на международном рынке. Однако для активизации вовлечения молодежи в туристскую деятельность по своей стране необходимо учитывать основные ее потребности в путешествиях: формирование спроса здесь и сейчас; необходимость подключения к скоростному интернету; потребность постоянно поддерживать связь со своими коллегами, фолловерами (социальные сети, приложения, смс-рассылка и директ-мейл, промоакции) и др. Специалистам по организации туров необходимо знать своих клиентов (как потенциальных, так и реальных): понимать значимость e-маркетинга, проводить маркетинговые исследования; персонализировать продукты, услуги и опыт; формировать базы данных [2, с. 503].

Студенческий туризм как разновидность образовательного туризма появился с созданием первых университетов. Однако российский экономист А. В. Ханина в статье «Современный студенческий туризм: особенности и перспективы развития» указывает, что в настоящее время образовательный туризм уже является частью студенческого туризма, который дополнился краткосрочными поездками с познавательными или личными целями. Автор статьи обращает внимание на новые вызовы современности, которые потребовали комплексных перемен для современного студенческого сообщества: отказ от Болонской системы, переход к новым стандартам образования, сложности с выездом за границу, а также другие экономические и политические обстоятельства. «Современный студент не готов, как раньше, «ездить на картошку» или «играть в зарницу», современное общество диктует свои приоритеты, в частности индивидуальность, обособленность, зависимость от общественного мнения. Несмотря на обозначенные проблемы, университет не утратил в глазах современного общества статус центра развития науки, инноваций, кузницы талантов [4, с. 18–19] ».

В Российской Федерации с 2021 г. действует специальная программа молодежного и студенческого туризма. География программы студенческого и молодежного туризма, по свидетельству А. В. Ханиной, охватывает более 150 университетов, более 100 городов России, более 70 регионов России, все федеральные округа. В рамках программы студент-путешественник определяет направление поездки: 1) научно-популярное – поездки с образовательной целью, возможно, для поиска места практики или стажировки, работы в архиве или участия в научном мероприятии; 2) профориентационное – поездки с целью подбора места для продолжения обучения (например, поиск магистерской программы или научного руководителя для кандидатской диссертации); 3) культурно-познавательное – поездки с целью личностного и культурного развития. Путешествие может быть организовано как в составе организованной группы, так и как самостоятельный тур. Согласно исследованию, приведенному А. В. Ханиной, 47 % молодых путешественников считают траты на путешествия одной из важных статей расходов, однако предпочитают экономить на перемещении, проживании, возможно, питании, но не отказываться от поездок в целом. До 55 % молодежи ищут, с кем можно разделить траты, совершив совместное путешествие, и сэкономить. Исходя из

данных статистики, очевидно, что студенты и молодежь ищут возможность сохранить собственные средства. Следовательно, необходимо организовать возможность расселения студентов путешественников в общежитиях принимающих вузов за незначительную плату, открывать сети столовых с доступными ценами, особенно в курортных местах, предоставлять скидки для посещения учреждений культуры и др. [4, с. 23–24]. В рамках реализации государственных программ студенческого и молодежного туризма А. В. Ханина также предлагает создание студенческих туристических сообществ на базе высших учебных заведений.

Студенческая группа – социальный организм, групповой субъект, обладающий не только общими для всех групповых субъектов свойствами, но и особенностями и закономерностями, обусловленными спецификой учебной деятельности в вузе и этапами развития группы от первого к последнему курсу [3, с. 42–43]. Члены академической группы взаимодействуют и, следовательно, воздействуют друг на друга, оказывают сильное влияние на отношение к деятельности, на интенсивность и качество психических процессов, на формирование творческого мышления и интереса к совместной туристско-экскурсионной деятельности. Учебная деятельность, по мнению исследователей, может выступать средством коллективообразования лишь при создании специальных условий: «предпочтение режимам администрирования режимам недиригентного управления и самоуправления; избыточная формализация, нормативность, линейность управленческих действий в ущерб использованию потенциала самоорганизации; сосредоточенность на поддержании исполнительской дисциплины в ущерб развитию партнерских отношений; игнорирование субъектной позиции студентов; предпочтение типичных схем управления выстраиванию индивидуальных схем, отвечающих самобытности конкретного образовательного учреждения; сосредоточенность на ситуативно-оперативных мерах в ущерб превентивным, проектировочно-прогностическим; излишняя автономизация, стремление к изоляции от среды [3, с. 42] ».

Командообразование – важная часть менеджмента образовательного и туристического процесса. Создание команды профессионалов, которые совместно работают над задачами, обеспечивает высокое качество образовательной услуги, туристского, культурного продукта, а также процесс командообразования может выступать условием

их эффективного продвижения. Создание студенческой команды в процессе обучения в вузе и умение в ней работать – ключ к успеху в реализации личности студента в будущей профессиональной деятельности.

Педагогическую и экскурсионную работу в вузе можно сочетать с изучением истории, этнографии, истории различных видов искусств, развитием физической культуры, созданием работ в рамках творческих дисциплин (сценарное, актерское мастерство, режиссура и др.) и факультативных занятий. В статье преподавателя Белорусской государственной академии связи Е. А. Кунашко «Освоение культурно-исторического пространства города. Использование элементов туристско-экскурсионной деятельности в образовательном процессе» описывается опыт организации следующих инновационных форм культурно-досуговой деятельности (далее – КДД) для студентов:

мини-экскурсии, образовательные прогулки по Витебску, содержание которых соответствует учебной программе по истории Беларуси, утвержденной Министерством образования Республики Беларусь, дополненные краеведческим материалом;

беговые экскурсии (осмотр достопримечательностей с гидом «на бегу», т. е. в форме прогулочного бега на разные дистанции (такие экскурсии появились более 20 лет назад в Нью-Йорке). Несмотря на оригинальность идеи, тема для беговой экскурсии предложена Е. А. Кунашко очень серьезная – это «Витебск в годы Великой Отечественной войны»;

исторические квесты в форме «следуй за мной» по аналогии с интернет-проектом Follow me (квест Е. А. Кунашко на тему «Открытие Витебска. Изучаем историю Беларуси, изучая город») [1, с. 57–58].

Чтобы продолжить данный перечень, обратимся к опыту командообразования в процессе организации КДД студентов УО «Белорусский государственный университет культуры и искусств» (далее – БГУКИ). БГУКИ имеет сложную организационную структуру и специалистов для помощи в формировании коллектива студенческой группы как команды. В университете существует ОО «Белорусский республиканский союз молодежи», студенческий профком, спортивный клуб, творческие объединения. Члены данных молодежных организаций занимаются поддержкой студенческих инициатив, разработкой и реализацией новых идей, мероприятий, социально-культурных проектов. Функционирует психолого-педагогическая служба, волонтерский



клуб «СЛОУН», участники которого помогают особенным детям, пожилым людям, посещают интернаты и центры пребывания инвалидов, разрабатывают технологии игр, конкурсных программ и организуют благотворительные проекты. Например, Республиканский инклюзивный благотворительный проект «Цветные сны» в формате ОСОБЕННОГО модного показа, где моделями на подиуме являются дети с особенностями психофизического развития. В БГУКИ реализуется множество творческих проектов, над которыми работают студенческие слаженные команды: «Дерзай, первокурсник!», «Мисс и Мистер БГУКИ», онлайн-марафон «Филворд БГУКИ», вечеринка Crazy night, Республиканский конкурс хореографического искусства «Дэнс конгресс», фестиваль искусств «Арт-мажор», мероприятия которого проходили в 2023 г. на протяжении почти двух месяцев (май – июнь). Отметим, что в период 2021-2023 уч. гг. студенты БГУКИ стали все больше связывать цели и задачи своих социально-культурных проектов и идейно-тематический замысел номеров культурно-досуговых программ с героико-патриотическим, гражданско-патриотическим, социально-патриотическим, историко-краеведческим и национальным духовно-нравственным воспитанием молодежной и детской аудитории, появились содержательные творческие проекты коммеморативной направленности.

Коммеморация выступает одним из важнейших инструментов создания и трансляции коллективной памяти. Коллективная же память интегрирует и идентифицирует социальную группу, обеспечивая ее сохранение. Указанное в полной мере относится к такой социо-профессиональной группе, как университетское сообщество. Прежде всего речь идет об университетских традициях и атрибутике. Свою символику – знамя, эмблему, герб – имеет каждый университет, есть эмблемы и гербы у факультетов. Среди традиций – посвящение в студенты (инаугурация), День герба и флага вуза, торжественное вручение дипломов и др. Неотъемлемой частью корпоративной культуры университетов выступают сегодня и коммеморативные практики.

Коммеморация выступает значимой частью корпоративной культуры БГУКИ, т. к. она создает и поддерживает коллективную память и идентичность членов академического сообщества. В университете есть праздник главных символов Белорусского государственного университета культуры и искусств – День герба и флага, оборудованы именные аудитории артиста В. Мулявина, ученого Г. Барышева,

мемориальные места памяти (галерея «Культура как мозаика имен», галерея портретов ректоров в большом читальном зале библиотеки БГУКИ), проводится квест для первокурсников «Я люблю БГУКИ», связанный с изучением вузовских традиций и др. На протяжении последних лет новое содержательное наполнение получила традиционная научная деятельность в вузе: появились связанные с исторической памятью белорусов актуальные темы конференций и круглых столов, обновилась тематика научных статей, курсовых проектов, магистерских и дипломных исследований в направлении изучения культуры коммеморации. Отметим также некоторые творческие коммеморативные практики студентов в 2022/2023 уч. г., которые можно трансформировать в патриотические акции и мероприятия для туристско-экскурсионной деятельности на базе университета и спортивно-культурного центра (СКЦБГУКИ), а также других памятных мест столицы и республики:

День Государственного флага, Государственного герба и Государственного гимна Республики Беларусь. В общегитии БГУКИ в связи с праздником прошла акция «Знаем, уважаем, гордимся!». В течение мероприятия (устный журнал «Символы нашего государства») участники посетили памятные места вуза (галерея «Культура как мозаика имен»), обсуждали значимость флага, герба и гимна для любого государства, отвечали на вопросы ведущей и участвовали в выполнении творческого задания. Отмечалось, что герб, флаг и гимн олицетворяют для каждого человека, каждого гражданина его Родину и считаются во всех странах высшими символами народа. Во время праздника главных символов БГУКИ – Дня герба и флага – на площади перед университетом студенты развернули огромное полотнище флага нашей страны (рис. 1). Такие акции и мероприятия, на наш взгляд, можно проводить со студентами в мемориальных местах Беларуси, что делает тур-событие более запоминающимся;

спектакль «Прикосновение» (по пьесе Р. Ибрагимбекова) на сцене учебного театра БГУКИ. В спектакле заняты студенты разных курсов кафедры театрального творчества, которые отразили тему Великой Отечественной войны на сцене, предварительно побывав на экскурсиях (экскурсии – погружения в события прошлого) в местах боевой славы;

творческий проект «Линия памяти. Код войны». Премьера состоялась на сцене спортивно-культурного центра БГУКИ, была создана в рамках гранта Президента Республики Беларусь в науке, образовании, здравоохранении и культуре. Проект представляет собой

целостный концерт-спектакль, в котором отражена глобальная нравственно-патриотическая идея о том, что подрастающему поколению необходимо, словно ген памяти, передать глобальную мысль о недопустимости любой войны на примере ужасов Великой Отечественной войны. Проект мобилен и пластичен по своему художественно-постановочному решению и подходит для разных масштабов сценических площадок. Действие легко переносится на площадки мемориальных комплексов, что может сделать спектакль еще более атмосферным, сделать его кульминацией патриотических акций и важной частью хода мемориальных практик в туристско-экскурсионной деятельности);

78-я годовщина победы советского народа в Великой Отечественной войне. В преддверии празднования состоялся велопробег «Нам жить и помнить!» в рамках Года мира и созидания и проекта «30 дней до Победы». Студенты БГУКИ приняли участие в велопробеге и возложили цветы к памятнику Героя Советского Союза Т. Т. Ромашкина;

праздник 9 Мая. В День Великой Победы студенты БГУКИ приняли участие в партизанской стоянке, организованной в Парке Победы (партизанская стоянка может быть организована и в других местах, например, по опыту БГУКИ, на открытых площадках перед вузом или общежитием). На протяжении всего дня ребята исполняли фронтовые песни, угощали всех желающих полевой кухней и поздравляли всех жителей и гостей столицы с праздником Великой Победы.



**Рис. 1. Студенческая акция в праздник главных символов  
Белорусского государственного университета культуры и искусств –  
День герба и флага**

Патриотическому воспитанию и командообразованию студенческой молодежи служат коммеморативные практики, к которым

следует отнести участие студентов в составе академической группы или других учебных коллективов (ансамбля, оркестра, хора, театрального (группы) или художественного объединения) в волонтерских проектах патриотической направленности; в республиканских праздниках и субботниках, в деятельности по восстановлению и сохранению объектов исторической памяти; в культурно-досуговых мероприятиях, связанных с исторической реконструкцией событий; в вузовских и межвузовских командных интеллектуальных и военно-спортивных состязаниях; в кафедральных юбилейных ивентах и разнообразных творческих проектах БГУКИ патриотической направленности.

Наличие коммеморативных творческих практик и традиций в вузе, связанных с местами исторической и университетской памяти, представляется весьма важным фактором воспитания студенческой молодежи и эффективным инструментом для формирования ценностей университетского сообщества. Проекты БГУКИ коммеморативной направленности могут быть интегрированы в столичную студенческую туристско-экскурсионную деятельность с участием в них студентов других вузов Минска, иногородней и зарубежной молодежи: для этого следует связать городские туристические маршруты с посещением университетских мероприятий. Функции по организации туристско-экскурсионной работы в вузе может взять на себя волонтерский клуб «СЛОН» или студенческий профсоюз БГУКИ, но возможно создание и новой организационной структуры – студенческого туристического общества, в которую входят председатель студенческого сообщества и следующие сектора:

- сектор приема и размещения;
- сектор анализа потребительских предпочтений;
- сектор разработки туристических маршрутов;
- сектор экскурсионного сопровождения [4, с. 25].

Студенческое туристическое общество на базе вуза может стать площадкой для профессионального становления обучающихся в БГУКИ, например, по специальности «Социально-культурный менеджмент и коммуникации» (профилизации «Менеджмент и маркетинг в сфере культуры», «Менеджмент международных культурных связей» и др.). Работу в таком обществе можно совместить с прохождением практики, которая будет связана с организацией туристической и экскурсионной деятельности, а также с социально-культурным проектированием в сфере внутреннего, образовательного

и профориентационного туризма. Для реализации программы студенческого туризма на базе высшего учебного заведения исследователь А. В. Ханина определяет задачи, которые будет выполнять студенческое туристическое общество:

- 1) подготовка программ встречи пребывающих туристов;
- 2) помощь с трансфером и размещением в общежитиях или на базах практик образовательного учреждения;
- 3) разработка экскурсионных маршрутов для разных потребностей участников студенческого туризма;
- 4) организация мастер-классов или открытых лекций для путешествующих с образовательными целями;
- 5) сопровождение студентов-туристов по предлагаемым маршрутам;
- 6) экскурсионные программы;
- 7) служба поддержки по всем возникающим вопросам [4, с. 25].

Для формирования студенческого туристического общества, благоприятных взаимоотношений в академической группе и оптимизации процесса командообразования в вузе рекомендуется применять технологии тимбилдинга. Тимбилдинг (от англ. team – команда, и building – построение) – это мероприятия, нацеленные на командообразование, улучшение учебной и досуговой коммуникации в студенческом коллективе и повышение общей эффективности. Благодаря тимбилдингу члены команды лучше узнают друг друга, учатся доверять коллегам и объединять усилия для достижения общих целей. Кроме того, подобные мероприятия укрепляют авторитет формальных лидеров студенческой группы (куратор, студенческий актив), что важно для продуктивной работы. Основными целями тимбилдинга могут являться: самоорганизация группы; построение сплоченной команды, которая нацелена на результат без дополнительной мотивации; помощь в адаптации новых студентов; повышение уровня доверия в группе; приобретение навыков регулирования конфликтов; предупреждение профессионального выгорания; получение новых и, что важно, общих впечатлений для коллективного и индивидуального творческого самовыражения членов студенческой группы (важно для студентов творческих вузов). Тимбилдинг формирует авторитет лидеров командообразования и активизирует их организационно-управленческий потенциал: председатель студенческого туристического общества, студенческий актив группы как формальные лидеры могут быть на

ведущих позициях в процессе командообразования. Технологии тимбилдинга рекомендуется использовать куратору академической группы, который является организатором как учебной, так и внеучебной деятельности студентов.

В заключение предлагаем план патриотического тимбилдинга коммеморативной направленности для студенческой группы.

Название: «Единство и Память».

Место проведения: мемориальный комплекс «Хатынь».

Цель: укрепить духовно-патриотические чувства студенческой молодежи.

Задачи: отдать дань памяти жертвам трагедии в Хатыни; получить глубокие знания об истории Великой Отечественной войны и фактах геноцида белорусского народа; сформировать командный дух в студенческом коллективе с применением технологий тимбилдинга.

Программа

Встреча участников студенческого туризма на территории Хатыни, знакомство, формирование команд для тимбилдинга.

Вступительное слово, посвященное Хатыни и ее историческому значению.

Торжественное возложение цветов к монументу и минута молчания.

Тимбилдинг. В этой части мероприятия важно подчеркнуть значение мероприятия и убедить участников в его важности для коллектива и личностного роста каждого члена команды. Первой частью тимбилдинга является экскурсия по мемориалу, в результате которой участники больше узнают о событиях, происходивших в годы Второй мировой войны, о жертвах и трагедии на земле Хатыни. Вторая часть связана с выполнением командных заданий.

Экскурсия по мемориальному комплексу.

Команды получают карты Хатыни и начинаются командные задания:

– осмотр по плану памятно-музейного комплекса на территории Хатыни;

– составление логической цепочки событий трагедии;

– решение кроссвордов на тему истории Беларуси и истории Великой Отечественной войны;

– выполнение теста, разделенного на несколько категорий, связанных с историей Хатыни;

– творческое осмысление трагедии Хатыни и исторической памяти белорусов о войне (подчеркнем, что это задание важно для

студентов творческих вузов) – декламация стихов, чтение произведений, воспроизведение документальных воспоминаний о Хатыни, исполнение авторских музыкальных произведений, связанных с историческими событиями Великой отечественной войны и др.

Просмотр кинофильма о Хатыни «История памяти».

Подсчет баллов. Полученные баллы позволяют сформировать командный рейтинг.

Официальная церемония награждения команд.

Рефлексия и получение организаторами студенческого туризма обратной связи от участников тимбилдинга. (Создание участникам необходимых условий и модерация дискуссии и обсуждения их впечатлений для более глубокого освоения и присвоения важной информации, связанной с историко-культурной памятью белорусов.)

Такой вариант туристско-экскурсионного вузовского проекта в форме тимбилдинга коммеморативной направленности поможет сформировать патриотический и командный дух участников. Общение в команде, среди тех, кто разделяет интересы и ценности, связанные с национальным патриотизмом, также позволит разработать студенческой группе общие цели на будущее, в том числе запланировать следующее совместное посещение мест исторической памяти.

Рекомендации, как сделать туристско-экскурсионные мероприятия с применением технологий тимбилдинга более эффективными:

- придать тимбилдингу индивидуальный характер посредством введения символов и содержательных элементов, характерных для конкретной организации, что способствует развитию у участников чувства приверженности к вузовскому сообществу;

- придать резонанс тимбилдингу в социальных сетях (создание группы по мероприятию, проведение конкурсов (например, за лучшую фотографию, лучший девиз для команды и др.) в социальных сетях с получением символических призов;

- рекомендуется концептуальный подход к разработке сценария студенческих тимбилдингов: мероприятия с конкретным идейно-тематическим замыслом и формой (выездной семинар, квест, пленер, вело-экскурсия, спектакль-променад, фотомарафон, питчинг тур-идей и др.), выводящие студентов из обыденной обстановки в новую среду (туристско-экскурсионные комплексы, экомаршруты, места памяти) и др.

Таким образом, студенческий туризм следует рассматривать как важную составляющую системы молодежной политики государства

и средства командообразования в университетском сообществе. Системный подход к развитию студенческого туристического общества в вузе представляется как прикладная технология в содействии духовному, интеллектуальному и творческому развитию молодого поколения, воспитанию общественного сознания, патриотизма и командного духа в коллективе академической группы.

### Список литературы

1. Кунашко, Е. А. Освоение культурно-исторического пространства города. Использование элементов туристско-экскурсионной деятельности в образовательном процессе / Е. А. Кунашко // Перспективы развития туризма в современных условиях: мировые тенденции и региональные контексты : материалы II Междунар. науч.-практ. конф., приуроч. ко Всемирному дню туризма (государственное учреждение «Национальное агентство по туризму», 28 сентября 2022 г.) / редкол.: И. И. Воронович (председ.) [и др.]. – Минск : Колоград, 2022. – 463 с.
2. Насретдинова, А. С. Выявление эффективных инструментов развития молодежного туризма в Российской Федерации [Электронный ресурс] / А. С. Насретдинова, Э. Р. Хайруллина // КиберЛенинка. – 2019. – Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/vyyavlenie-effektivnyh-instrumentov-razvitiya-molodezhnogo-turizma-v-rossiyskoy-federatsii>. – Дата доступа: 20.06.2023.
3. Рулев, М. Н. Студенческая группа как коллектив [Электронный ресурс] / М. Н. Рулев // КиберЛенинка. – 2021. – Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/studencheskaya-gruppa-kak-kollektiv>. – Дата доступа: 01.05.2023.
4. Ханина, А. В. Современный студенческий туризм: особенности и перспективы развития [Электронный ресурс] / Ханина А. В. // КиберЛенинка. – 2022. – Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/sovremennyu-studencheskiy-turizm-osobennosti-i-perspektivy-razvitiya>. – Дата доступа: 20.06.2023.
5. Чирский, Н. А. Инновации в экскурсионной деятельности [Электронный ресурс] / Н. А. Чирский, Т. А. Хвагина // Репозиторий Полесского государственного университета. – 2015. – Режим доступа: <https://rep.polessu.by/bitstream/123456789/9828/1/4.pdf>. – Дата доступа: 01.05.2023.



## **ПОКЛОННЫЙ ТУРИЗМ В РАБОТЕ НОВГОРОДСКОГО МУЗЕЯ (1944–2023 ГОДЫ)**

**Б. Н. Ковалев**

Санкт-Петербургский институт истории РАН,  
Институт истории обороны и блокады Ленинграда,  
Санкт-Петербург, Россия,  
bnkov@mail.ru

**Аннотация.** В статье рассматривается история экспозиций Новгородского музея, посвященных Великой Отечественной войне. Они появились через несколько месяцев после освобождения города от гитлеровских захватчиков – в 1944 г. За несколько десятилетий здесь сложился комплекс памятных мест. Поклонный туризм стал одной из форм работы с экскурсантами. В 1991 г. экспозиция, посвященная событиям XX в., была ликвидирована. Однако в последнее время идет активная работа по поиску новых форм популяризации истории борьбы народов Советского Союза против гитлеровцев и их союзников.

**Ключевые слова:** Великая Отечественная война, Новгородский музей, мемориализация, музейные экспозиции, поклонный туризм.

**Образец цитирования:** Ковалев, Б. Н. Поклонный туризм в работе Новгородского музея (1944–2023 годы) / Б. Н. Ковалев // Перспективы развития туризма в современных условиях: мировые тенденции и региональные контексты : материалы III Междунар. науч.-практ. конф., Минск, 28 сент. 2023 г. / Национальное агентство по туризму ; редкол.: И. Н. Воронович (предс.) [и др.]. – Минск, 2023. – С. 209–218.

## WORSHIP TOURISM IN THE WORK OF THE NOVGOROD MUSEUM (1944–2023)

**B. Kovalev**

St. Petersburg Institute of History  
of the Russian Academy of Sciences,  
Institute of the History of the Defense and Siege of Leningrad,  
St. Petersburg, Russia, [bnkov@mail.ru](mailto:bnkov@mail.ru)

**Annotation.** The article deals with the history of the expositions of the Novgorod Museum dedicated to the Great Patriotic War. The first exposition opened a few months after the liberation of the city from the Nazi invaders – in 1944. A complex of memorable places developed for several decades. Worship tourism became one of the forms of work with tourists. In 1991, the exposition dedicated to the events of the 20<sup>th</sup> century was dismantled. Recently, however, great efforts have been made to find new forms of popularization of the history of the struggle of the peoples of the Soviet Union against the Nazis and their allies.

**Keywords:** Great Patriotic War, Novgorod Museum, memorialization, museum expositions, worship tourism.

**For citation:** Kovalev, B. Worship tourism in the work of the Novgorod Museum (1944–2023) / B. Kovalev // Prospects of tourism development in modern conditions: global trends and regional contexts : materials of the III Int. sci.-pract. conf., Minsk, 28 Sept. 2023 / National Agency for Tourism ; ed.: I. Voronovich (chair.) [et al.]. – Minsk, 2023. – P. 209–218.

Понятие «поклонный туризм» появилось в последнее время. Оно несет в себе важные задачи для человека и общества в целом, способствует развитию патриотизма, приобщению населения к истории Великой Отечественной войны и расширению кругозора. Очень важным моментом является почитание памяти предков за их подвиг в победе над гитлеровской Германией и ее союзниками. Особую роль также играет бережное отношение к захоронениям как воинов Советской армии, так и жертв нацистской оккупационной политики.

Новгородский государственный музей-заповедник – один из старейших в России. Он открылся в 1865 г, вскоре после сооружения

в Великом Новгороде фундаментального памятника «Тысячелетию России». Созданное как «Музей древности», после революции 1917 г. это научно-образовательное учреждение несколько меняет содержательную часть своей работы. Теперь главное внимание уделяется не древней истории, а современной, в частности революционной борьбе на территории губернии. В Софийском соборе XI века открывается антирелигиозный музей.

В начале 1930-х годов прошло так называемое «Дело новгородского музея», когда значительная часть сотрудников была арестована за контрреволюционную деятельность.

Но самым страшным событием как для древних памятников, так и музейных фондов стала Великая Отечественная война. Далеко не все удалось эвакуировать в советский тыл. Сам же город находился под вражеской оккупацией с августа 1941 по январь 1944 г.

Возрождение музея началось практически сразу после освобождения Новгорода от гитлеровцев. Директор Тамара Константинова приступила к работе уже с конца января 1944 г. – она вернулась в город на пятый день после изгнания захватчиков. Одной из важнейших задач стало теперь сохранение памяти о войне, о борьбе с гитлеровцами и их союзниками. Немаловажным фактом было то, что молодой руководитель (ей было тогда 27 лет) вошла в состав областной комиссии при Чрезвычайной Государственной комиссии по установлению и расследованию злодеяний немецко-фашистских войск.

Постановлением СНК СССР от 19 декабря 1944 г. предусматривалось восстановление всех отделов Новгородского музея и передача музею его прежних помещений.

Еще шла война, но около стен полуразрушенного Софийского собора была организована выставка, состоящая из захваченных Красной армией немецких военных трофеев. В плане работы на 1945–1946 гг. значилось следующее: «Систематически пополнять выставку “Новгород в Великой Отечественной войне”. Расширить тему “Партизанское движение”. Внести новую тему “Военное прошлое Новгорода”.

Подготовить альбом, посвященный подвигам 59-й армии.

Представить методички по выставке «Новгород в Отечественной войне» [1, с. 2].

Работу музея курировал профильный наркомат. В Москве, конечно, понимали, что город разрушен, не хватает самых повседневных вещей, штат музея не укомплектован. При этом никаких поблажек

не делалось: «Познакомившись с отчетом о работе музея за 1944 г., Управление музеев отмечает большую работу коллектива по восстановлению музея.

Судя по перечисленным разделам в выставке “Новгород и область в дни Отечественной войны” отсутствует тема “Новгород и область до войны” и не показан общий ход военных действий. Показ общего хода войны важен для лучшего осмысления местных событий и имеет большое познавательное значение.

Начальник отдела местных музеев Пушкина» [1, с. 4].

По итогам работы за 1945 г. директор музея информировала районный комитет ВКП (б): «С момента начала организации музея после освобождения от немецких оккупантов работа музея протекала в направлении сбора музейных ценностей, похищенных немецкими захватчиками, налаживания и хранения их, сбора материалов о Великой Отечественной войне, научной подготовки к организации отделов и возобновлении изданий Новгородского сборника.

В ноябре 1945 г. была открыта выставка “Новгород в Отечественной войне”, которая из-за аварийного состояния здания была свернута. При парткабинете была организована выставка-передвижка “Разгром немцев под Новгородом”. В настоящее время подготовлена выставка-передвижка предприятий “Восстановление Новгорода”.

Политико-просветительная работа (проведение экскурсий) велась недостаточно, это объясняется отсутствием помещений для экспозиции и аварийным состоянием исторических памятников, являющихся экскурсионными» [1, с. 5].

Значительная часть фондов новгородского музея была уничтожена во время боевых действий, расхищена немецкими и испанскими солдатами. Некоторые из вывезенных предметов с огромным трудом удалось вернуть с территории Латвии и Германии. При этом музей приобретал и новые артефакты, в том числе относящиеся к недавним событиям: «Приобретены четыре картины художника Соколова для экспозиции выставки “Новгород в Отечественной войне”.

Для той же выставки произведена выборка материалов по ущербу, нанесенному Новгороду немецкими оккупантами и приобретены коллекции фотографий» [1, с. 8].

Сотрудниками музея были организованы передвижные выставки, которые демонстрировались жителям области: «Герои боев за Новгород» и «Разрушенный Новгород» [1, с. 13].

Одной из своих задач музейные работники видели сохранение советских военных захоронений, находящихся в непосредственной близости от исторических памятников. В отчете о работе музея за первую половину 1945 г. отмечается следующее: «Сделано полное описание захоронений с составлением тематического плана на военных кладбищах близ Кремля.

Изготовлены металлические доски и сделаны надписи на них для братской могилы бойцов и офицеров в Кремле.

Приведена в порядок территория кладбища у Исторического музея» [1, с. 9].

Одной из самых серьезных проблем музея являлось отсутствие в разрушенном городе помещений, в которых можно было организовать размещение экспонатов. Поэтому передвижные выставки размещались везде, где это было возможно. Среди них были: «Разгром немцев на новгородском плацдарме», «Партизанское движение в Новгородской области» (при парткабинете ГК ВКП (б)), «Восстановление Новгорода» (на агитпункте по встрече демобилизованных), «Герои боев за Новгород», «Новгород и Новгородская область после хозяйничанья немецких оккупантов» (на агитпункте избирательного участка) [1, с. 20].

По мере восстановления музея тема Великой Отечественной войны хотя и присутствует, но несколько отходит на второй план. Особое место уделяется древней истории, а также позитивным реалиям современности – успехам в восстановлении разрушенного войной хозяйства.

Среди представленных на выставках в начале 1950-х годов письменных источников можно отметить вещи и документы последних защитников Новгородского кремля в августе 1941 г. Это было в том числе подлинное письмо полковника Ивана Черняховского генералу Ивану Коровникову. Большой интерес представляли экземпляры фронтовых и армейских газет с описанием боев за Новгород и населенные пункты области.

По теме истории партизанской войны были показаны схемы боевых операций партизанских отрядов, составленные самими партизанами. Имелась коллекция местных партизанских газет и листовок, подлинный экземпляр подпольного комсомольского билета из Уторгошского района Новгородской области. Большой интерес у посетителей вызывал макет «Стоянка партизан» [2, с. 21].

Однако со второй половины 50-х годов тема Великой Отечественной войны занимает все меньше места в работе и экспозиции музея.

В немалой степени это было связано с событием мирового уровня – находкой средневековых берестяных грамот. Интерес к древней истории превалирует как у гостей города, так и самих новгородцев. Так, в 1955 г. научные сотрудники музея провели шесть занятий с членами краеведческого кружка при 4-й средней школе города на следующие темы: «Военное прошлое Новгорода», «Культура Новгорода Великого», «Ремесло и торговля феодального Новгорода», «Новгородская Грановитая палата – выдающийся памятник гражданского зодчества», «Топография Великого Новгорода», «Исторические места родного края» [3, с. 47].

Не самой популярной была тема Великой Отечественной войны при контактах с зарубежными гостями, особенно из городов, с которыми Новгород связывали побратимские отношения. Здесь доминирующей являлась тема не противостояния, а дружбы между народами. Одним из первых городов-побратимов Новгорода стал финский Усуикаупунки. Это произошло из-за его названия. На финском языке Усуикаупунки означает новый город. Как известно, Финляндия была одним из самых верных союзников нацистской Германии. Но в реальности послевоенной политики Паасикиви-Кекконена говорить об этом было не принято. Поэтому газета «Новгородская правда» так описывала встречу новгородцев: «С кем бы мы ни говорили на финской земле, каждый выражал дружеские чувства к советскому народу и желание жить в мире» [4].

Однако для молодежи области с начала 1960-х годов, в преддверии 20-летия Победы, музеем разрабатывается несколько туристических маршрутов, связанных с историей партизанского движения на новгородской земле. Так, в маршрут № 7 (его протяженность около 100 км) включались Новгород, Шимск, Уторгош, Городище. Из пояснительной записки следовало: «Районный центр Уторгош был сожжен немецко-фашистскими захватчиками. В нем находится братская могила партизан и воинов, погибших во время Великой Отечественной войны. В ней похоронен Герой Советского Союза – летчик капитан Сенчук.

На север от Большой Уторгоши находится д. Ляды, где в 1944 г. размещался штаб 5-й партизанской бригады, принимавшей активное участие в боях за освобождение Уторгошского, Батецкого, Шимского и Солецкого районов Новгородской области.

Село Городище. Здесь действовала Диверсионная группа в 1941–1942 гг. Почти вся группа вместе с руководителем Петром Максимовым героически погибли» [5, с. 27].

Некоторые маршруты шли не из областного центра. Маршрут № 11 Старая Русса – Белебёлка (60 км) был посвящен истории партизанского края. Из методического путеводителя с пометкой «в помощь туристам и краеведам» следовало: «До войны по Полисти располагалось много населенных пунктов. Все они карательными фашистскими отрядами были уничтожены полностью. Берега реки Полисти входили в состав Партизанского края, образовавшегося в тылу фашистской армии осенью 1941 г. на территории Поддорского, Дедовичского и Ашевского районов.

Партизанский край просуществовал почти год. В нем была восстановлена советская власть. За время существования края партизаны активно вели боевые действия против карательных экспедиций.

Партизаны уничтожили до 10 тыс. врагов, подорвали на железных дорогах десятки воинских эшелонов, разбили более сотни автомашин противника, сожгли много его складов. Партизаны разгромили фашистские гарнизоны в г. Холме, Дедовичах и в ряде населенных пунктов» [5, с. 38].

Маршрут № 12 был одним из самых протяженных: Старая Русса – Поддорье – Холм (расстояние 230 км). Во время Великой Отечественной войны здесь шли ожесточенные бои. Так, в наградной системе нацистской Германии «Холмский щит» (нем. Cholmschild) занимает особое место. Им награждались военнослужащие и гражданские лица, отличившиеся в боях в окружении в районе города Холм. Особое внимание в этом маршруте уделялось истории партизанского движения: «Село Поддорье – районный центр. В войну был разрушен фашистскими захватчиками. В начале войны при отходе Советской армии в Поддорском районе остался весь партийный, советский и комсомольский актив, ставший в ряды партизан.

В августе 1941 г. партизанские отряды произвели налет на немецкий гарнизон в Поддорье и уничтожили почти все казармы, склады и транспорт врага. В сентябре 1941 г. партизаны совершили новое нападение на немцев в Поддорье и целиком разгромили их.

...Через Поддорье шла фашистская связная дорога между Холмом и Старой Руссой. Партизаны взорвали по дороге мосты, уничтожили телеграфно-телефонные линии. Враги вынуждены были прекратить по ней движение.

Из боевых операций партизан следует отметить разгром фашистского гарнизона в Холме. В ночь на 18 января 1942 г. партизаны

подошли к городу, но движение одного из партизанских отрядов было замечено врагом. Партизаны приняли ночной открытый бой. Они ворвались в город и в восьмичасовом бою уничтожили около 500 гитлеровцев, 50 автомашин и радиоузел. После боя партизаны ушли на свои базы» [5, с. 39].

Накануне 30-летия Победы события, связанные с историей Великой Отечественной войны, вновь заняли достойное место в музейной экспозиции. Полноценно использовались экспонаты раздела «Новгородский край в период Великой Отечественной войны». Музейные гиды раскрывали как советским, так и иностранным посетителям следующие темы:

- «Начало Великой Отечественной войны и мобилизация всех сил советского народа на борьбу с врагом»;
- «Контрнаступление Красной армии зимой 1941–1942 гг. и военные действия на территории Новгородского края»;
- «Новгородский край в период гитлеровской оккупации»;
- «Борьба советского народа в тылу врага 1941–1942 гг.»;
- «Развертывание партизанского движения»;
- «Коренной перелом в ходе Великой Отечественной войны»;
- «Усиление партизанской борьбы на Новгородской земле»;
- «Помощь новгородцев фронту»;
- «Наступление советских войск под Ленинградом и Новгородом 14 января 1944 г., освобождение Новгорода» [6, л. 9, 12, 13].

Туристы, познакомившись с залами музея, посвященными указанным темам, теперь имели полное представление обо всем периоде ведения боевых действий. Также это дополнялось посещением туристами военных мемориалов и памятников участникам войны.

Учитывая, что за краткостью пребывания иностранных туристических групп в Новгороде и зачастую невозможности посещения ими памятников социалистического строительства и мемориалов, посвященных павшим в Великой Отечественной войне, музейная экспозиция представлялась основным направлением пропагандистского воздействия на зарубежных туристов.

Однако такая направленность выставок, включая художественные работы, например в честь тридцатилетнего юбилея освобождения Новгорода от фашистских захватчиков, были главным образом направлены на советского туриста или туристов из стран социалистического лагеря.



Гостям, прибывшим из капиталистических стран, экспозиции, отображающие подвиг советского человека в годы войны и строительства советского общества, были менее интересны, чем история древнего города. Это отмечалось в докладах по результатам обслуживания иностранных туристов, поэтому большее внимание стало уделяться совершенствованию экспозиций музея, посвященных дореволюционной истории Новгорода.

В плане мероприятий исторического отдела по обслуживанию иностранных туристов на 1975–1980 гг. упор делался на больший комфорт для иностранцев при посещении зданий музея. Предлагалось написать новые тексты к залам для перевода их на английский язык, подготовить новые экскурсионные программы и туристические маршруты на английском, французском и немецком языках, подготовить к изданию новые путеводители, альбомы художественных произведений из археологических коллекций музея, буклеты коллекций берестяных грамот и т. д. [7, л. 1].

Конец 1980-х годов – полный отказ музея от советской экспозиции. История региона заканчивалась показом экспонатов XVII века. Это мотивировалось тем, что более поздний период для посетителей совершенно неинтересен. Будь то рядовая провинция образца XVIII–XIX или вся советская эпоха. Ситуация стала меняться с начала XXI века. Появились новые выставки, посвященные истории Великой Отечественной войны. Особую значимость стали принимать новые формы работы.

Понятно, что для организации маршрутов поклонного туризма наибольший интерес представляют памятники, расположенные в хорошей доступности. К таковым можно отнести объекты, связанные с территорией Волховского фронта.

С 2013 г. в поселке Тёсово-Нетьельский Новгородского района ежегодно в апреле стал проходить международный военно-исторический фестиваль «Забытый подвиг – 2-я Ударная армия». Он стал крупнейшим независимым военно-историческим фестивалем на Северо-Западе [8, с. 73].

Для зрителей демонстрируются подлинные эпизоды боев 2-й Ударной армии, когда красноармейцам удавалось одержать локальные победы.

Участниками фестиваля ежегодно являются более 400 реконструкторов из 50 клубов России, а также ближнего и дальнего

(Испания) зарубежья. Фестиваль реконструирует эпизоды боев весны 1942 г. за коридор снабжения 2-й Ударной армии, входящей в состав Волховского фронта, на участке Тёсовской узкоколейной железной дороги [8, с. 73].

В фестивале задействуются самолеты, дрезины, несколько легких танков, броневики, пиротехника и макеты тяжелого вооружения. На станции действующей узкоколейки разворачивается полевой госпиталь и узлы телефонной связи, строятся макеты укреплений.

Для большей реалистичности сделаны два небольших воинских кладбища – немецкое и советское. Параллельно на станции действуют экспонаты музея Тёсовской узкоколейной железной дороги [8, с. 73].

Все желающие могут прокатиться на дрезинах и локомотивах различных типов, изучить принципы работы укладочного крана [8, с. 73].

Для дальнейшего развития поклонного туризма планируется создание новых маршрутов. Среди них пешеходный, водный, автомобильный и велосипедный. Они рассчитаны на разные категории населения: школьников, пенсионеров, активную молодежь, реконструкторов.

Все это приобретает особую актуальность накануне юбилея – 80-летия Победы в Великой Отечественной войне.

### Список литературы

1. Планы и отчеты работы музея. Январь 1945 год – апрель 1946 год // Архив Новгородского государственного объединенного музея заповедника.
2. Годовой отчет о работе Новгородского областного Краеведческого музея за 1949 год // Архив НГОМЗ.
3. Годовой отчет о работе Новгородского областного Краеведческого музея за 1955 год // Архив НГОМЗ.
4. Сергеева, С. «Юставюс» – значит «дружба» / С. Сергеева // Новгородская правда. – 27 апреля 1969.
5. Семёнов, А. И. Туристские маршруты по Новгородской области / А. И. Семёнов. – Новгород, 1961.
6. Архив НГОМЗ. Ф. 1. Оп. 1. Д. 453.
7. Архив НГОМЗ. Ф. 1. Оп. 2. Д. 831.
8. История развития и современное состояние туризма в Новгородской области / Н. Л. Балтина [и др.]. – Великий Новгород, 2016.

## **ИСПОЛЬЗОВАНИЕ ТУРИСТИЧЕСКОГО ПОТЕНЦИАЛА В ПРОФОРИЕНТАЦИОННОЙ РАБОТЕ УЧРЕЖДЕНИЯ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО ОБРАЗОВАНИЯ**

**Е. А. Кунашко**

Витебский филиал учреждения образования  
«Белорусская государственная академия связи»,  
ул. Ильинского, 45, 210001, г. Витебск, Беларусь,  
yaelenavi@yandex.ru

**Аннотация.** В статье рассматривается роль туристического потенциала для повышения эффективности профориентационной работы. Показан пример использования элементов образовательного и промышленного туризма для повышения качества профессионально образования.

**Ключевые слова:** профориентационная работа, элементы туристско-экскурсионной деятельности, введение в профессию, музейное пространство учебного заведения, профессиональное образование, Витебский филиал Белорусской государственной академии связи.

**Образец цитирования:** Кунашко, Е. А. Использование туристического потенциала в профориентационной работе учреждения профессионального образования / Е. А. Кунашко // Перспективы развития туризма в современных условиях: мировые тенденции и региональные контексты : материалы III Междунар. науч.-практ. конф., Минск, 28 сент. 2023 г. / Национальное агентство по туризму ; редкол.: И. Н. Воронович (предс.) [и др.]. – Минск, 2023. – С. 219–224.

# THE USING TOURISTIC POTENTIAL IN CAREER GUIDANCE WORK OF A VOCATIONAL EDUCATIONAL INSTITUTION

**E. Kunashko**

Vitebsk Branch of Educational Institution  
«Belarusian State Academy of Communication»,  
Pinskogo Street, 45, 210001, Vitebsk, Belarus,  
yaelenavi@yandex.ru

**Annotation.** The article discusses the role of a touristic potential in improving the efficiency of a career guidance work. It shows an example of using elements of educational and industrial tourism for enhancing the quality of a vocational education.

**Keywords:** career guidance work, elements of tourist-excursion activities, introduction to the profession, museum area of the institution, professional education, Vitebsk branch of educational establishment Belarusian state academy of communication.

**For citation:** Kunashko, E. The using touristic potential in a career guidance work of a vocational educational institution / E. Kunashko // Prospects for the development of tourism in modern conditions: global trends and regional contexts : materials of the III Int. sci.-pract. conf., Minsk, 28 Sept. 2023 / National Agency for Tourism ; ed.: I. Voronovich (chair.) [et al.]. – Minsk, 2023. – P. 219–224.

Как использовать туристический потенциал в работе учреждения профессионального образования?

Выбрать специальность – задача не из легких. С ней сталкиваются многие молодые люди, для ее решения они обращаются и к системе профтехобразования. В нашей стране ей уделяется серьезное внимание, так как Беларусь не должна столкнуться с проблемой дефицита квалифицированных кадров. В колледжи и вузы молодые люди должны идти не наугад. Поэтому необходима хорошо продуманная профориентация, выстраивание эффективной работы с молодежью. Для этого можно использовать различные направления, например экскурсионную деятельность.

В данной работе показан опыт в области профориентации, в том числе и с помощью туристических элементов: опыт, который в настоящее

время успешно реализуется в Витебском филиале учреждения образования «Белорусская государственная академия связи» (ранее – техникум связи); опыт, который помогает привлечь новых учащихся и подготовить грамотных специалистов для успешного функционирования белорусских предприятий в системе Министерства связи и информатизации Республики Беларусь. Среди них: РУП «Белтелеком», РУП «Белпочта», операторы мобильной связи «Мобильные ТелеСистемы», «LIFE», А1, СООО «Белорусские облачные технологии», предприятия Парка высоких технологий, интернет-провайдеры «VyFly», ООО «Деловая сеть», СОО «CosmosTV», Белтелерадиокомпания и Телерадиокомпания «Витебск», ОАО «Промсвязь», ОАО «Белремстройсвязь», ОАО «Белсвязьстрой», ОАО «Минсктелекомстрой», ОАО «Гипросвязь», ОО «Бурмонтаж», Нефтепром, СООО «Союзтелефонстрой», дистанция сигнализации связи Белорусской железной дороги, ОАО «Интеграл», также дать возможность для прохождения выпускниками контрактной службы в подразделениях связи силовых структур Республики Беларусь.

Витебский филиал Белорусской государственной академии связи – конкурентоспособное учебное заведение. История его развития способствовала формированию достойной репутации, привлекая в свои стены новых учащихся. В настоящее время, сохраняя прежние традиции, коллектив строит будущее Витебского филиала, в том числе и через совершенствование профориентационной работы.

Как она была организована ранее? Чтобы изучить предыдущий опыт, автор данной статьи работала с историческими источниками в Государственном архиве Витебской области.

Например, еще в 1948 г. среди шагов по привлечению абитуриентов в техникум связи, который еще располагался в Пинске, были такие: радиопередачи и расклеенные объявления по г. Пинску и Пинской области, беседы в школах о техникуме, привлечение абитуриентов теми учащимися, которые отправляются на практику [1, с. 37].

Планом по профориентации на 1951/52 учебный год предусматривалось:

1. Преподавателям техникума организовать беседы с учащимися Пинских школ с демонстрацией магнитофонных записей по теме.
2. В газете «Советская Белоруссия» дать трехкратное объявление (20 июня, 1 июля, 10 июля) о наборе в учебное заведение.
3. Изготовить три художественных панно о планах по набору учащихся, выставить их на почтамтах Минска, Гомеля, Барановичей.

4. Изготовить фотовитрину о работе техникума и выставить ее у фасада учебного заведения
5. Организовать встречи учащихся техникума со школьниками.
6. Организовать корреспонденцию в различные газеты о жизни и работе техникума.
7. Написать письма своим выпускникам, работающим в Беларуси, о популяризации ими техникума среди молодежи.
8. Командировать преподавателей в областные центры для проведения работы в школах.
9. Организовать выезд на лодке по реке Припять для проведения агитационной работы в школах [2, с. 21].

В наши дни эти традиции дополняются. Так, например, во время регулярно проводимых дней открытых дверей в Витебском филиале организуются частые экскурсии для потенциальных абитуриентов. Такие экскурсии проводят опытные преподаватели для конкретных классов, сборных групп из разных классов одной школы, а также для отдельных семей. По предварительной договоренности с организаторами процесса, в частности с ответственным секретарем приемной комиссии Н. А. Сытой, экскурсии могут проходить в любой удобный день для заказчиков, многие из которых являются иногородними. Данные экскурсии можно отнести к образовательному и промышленному видам туризма в соответствии с Постановлением Министерства спорта и туризма Республики Беларусь от 7 августа 2023 г. № 36 «О введении Единой классификации видов туризма в Республике Беларусь».

Автор данной работы – аттестованный экскурсовод, преподаватель социально-гуманитарных дисциплин в указанном учебном заведении, один из разработчиков обновленной версии музейного пространства в Витебском филиале. Оно называется «Связь времен и поколений».

Музейная экспозиция активно используется в профориентационных экскурсиях. В экспозиции собраны архивные документы, уникальные фотоматериалы, воспоминания ветеранов Великой Отечественной войны. Особую актуальность для учебного заведения, которое готовит кадры для отрасли связи, имеет систематизированный информационный материал о военных связистах. Именно на базе техникума связи организовывали свои ежегодные встречи войны-связисты. В музее хранятся артефакты, подаренные ветеранами, освобождавшими г. Витебск. Они приезжали в техникум со всего Советского Союза.

Военная тема в музее постоянно дополняется систематизированным показом трудовых и учебных будней коллектива. Координаторы работы музея, создавая его, выделили несколько этапов в истории учебного заведения, описали их, оформили в выставочном формате. Элементом музейной экспозиции являются созданные учащимися разных лет отчеты, описания акций, организованных ими во время учебы.

Экспозиция комнаты боевой и трудовой славы очень актуальна не только для будущих, но и для нынешних учащихся. Она знакомит с учебным заведением, его традициями, достижениями. Жизненный путь преподавателей, руководителей, выпускников является примером для молодого поколения. На базе музейной комнаты регулярно проходят учебные занятия, кураторские часы, другие воспитательные проекты.

Таким образом, работа музея важна для обучения, воспитания, введения в специальность, профориентации.

Во время профориентационных образовательных экскурсий кроме исторической составляющей будущих учащихся знакомят и с современной учебной базой, лабораториями, учебными центрами HUAWEI, ZTE, МТС, центром почтовой связи и сетевой академией CISCO. При этом актуализируются элементы промышленного туризма. Отмечу, что показ и рассказ о технологических особенностях оборудования осуществляется выпускниками нашего учебного заведения, которые успешно трудятся в своей Alma mater в качестве преподавателя, специалиста, лаборанта или инженера. При этом формате диалога деловое общение является весьма результативным для будущих абитуриентов.

Говоря о промышленном туризме, следует назвать традицию Витебского филиала, когда все группы нового набора регулярно совершают экскурсии на предприятия города (они указаны выше), которые в будущем могут стать местом их работы. Обязательно в ходе таких посещений с ребятами беседуют руководители, главные инженеры и другие специалисты. При этом формируется положительная учебная мотивация, практическая ориентированность конкретной специализации учащихся и осознанность выбора места учебы и своей профессии. Результатом такой педагогической активности являются регулярные победы учащихся нашего учебного заведения в научно-практических конференциях, конкурсах профессионального мастерства и других проектах, например «100 идей для Беларуси».

Еще одним шагом для привлечения абитуриентов и выполнения плана приема является работа оборудованного учебного класса для

слабослышащих учащихся и разработанная программа для обучения их рабочей профессии «Оператор ЭВМ (IV разряда)».

Выбирая для своей учебы с помощью профориентационной работы коллектива Витебский филиал Белорусской государственной академии связи, молодые люди определяют свое успешное будущее, потому что часто являются продолжателями учебных и трудовых династий связистов во втором и третьем поколениях. Потому что процесс обучения постоянно модернизируется с учетом современных явлений цифровизации экономики страны. Потому что в соответствии с актуальными потребностями международного рынка труда список получаемых профессий постоянно расширяется. Для учащихся, для закончивших ВФ БГАС и для всех заинтересованных лиц, работающих на предприятиях Министерства связи и не только, в учебном заведении организованы курсы повышения квалификации. Среди них: бухгалтерские курсы: 1С Предприятие 8.1; электромонтаж охранно-пожарной сигнализации; монтаж ВОЛС и PON сетей; сетевая академия CISCO; компьютерная графика; основы алгоритмизации и программирования и т. д.

Результатом профориентационной работы являются перспективные взаимовыгодные контакты нашего учебного заведения с потенциальными партнерами из ближнего и дальнего зарубежья. Реализуются программы обучения в Витебском филиале учащихся из России, Туркменистана, Казахстана и других государств.

Выпускники разных лет гордятся тем, что получили образование в стенах Витебского филиала Белорусской государственной академии связи. Они с гордостью продолжают его традиции. После его окончания на основе внутренних экзаменов имеют возможность получить высшее образование по сокращенной программе в Белорусской государственной академии связи (г. Минск). Это также свидетельствует о правильно проводимой профориентационной работе, в ходе которой активно используется и туристический потенциал.

### **Список литературы**

1. Государственный архив Витебской области (ГАВт). Ф. 2014. О.1. Л.21.
2. Государственный архив Витебской области (ГАВт). Ф. 2014. О. 1. Л. 37.



## **ВЗАИМОДЕЙСТВИЕ РОССИИ И БЕЛАРУСИ В РАЗВИТИИ ЛЕЧЕБНО-ОЗДОРОВИТЕЛЬНОГО И МЕДИЦИНСКОГО ТУРИЗМА**

**С. Л. Мозокина<sup>1</sup>, А. А. Латышева<sup>2</sup>**

Санкт-Петербургский государственный экономический  
университет, наб. канала Грибоедова, 30-32 (литер А),  
191023 г. Санкт-Петербург, Россия,

<sup>1</sup>sofia.l.m@yandex.ru, <sup>2</sup>alica93@mail.ru

**Аннотация.** Статья посвящена направлениям взаимодействия России и Беларуси посредством развития лечебно-оздоровительного и медицинского туризма. В реалиях постковидного периода и настоящей геополитической ситуации остро встает вопрос развития как внутреннего туризма, так и взаимодействия между дружественными странами, развивая совместный интегрированный продукт в рамках лечебно-оздоровительного и медицинского туризма.

**Ключевые слова:** Беларусь, Россия, лечебно-оздоровительный туризм, медицинский туризм, санаторно-курортные организации, въездной туризм, выездной туризм.

**Образец цитирования:** Мозокина, С. Л. Взаимодействие России и Беларуси в развитии лечебно-оздоровительного и медицинского туризма / С. Л. Мозокина, А. А. Латышева // Перспективы развития туризма в современных условиях: мировые тенденции и региональные контексты : материалы III Междунар. науч.-практ. конф., Минск, 28 сент. 2023 г. / Национальное агентство по туризму ; редкол.: И. Н. Воронович (предс.) [и др.]. – Минск, 2023. – С. 225–234.

# RUSSIAN AND BELARUSIAN INTERACTION IN THE DEVELOPMENT OF HEALTHCARE AND MEDICAL TOURISM

S. Mozokina<sup>1</sup>, A. Latysheva<sup>2</sup>

Saint-Petersburg State University of Economics,  
Griboedov Canal Emb., 30-32, 191023, St. Petersburg, Russia,

<sup>1</sup>sofia.l.m@yandex.ru, <sup>2</sup>alica93@mail.ru

**Annotation.** The article is devoted to the areas of cooperation between Russia and Belarus through the development of health and wellness and medical tourism. In the realities of the post-COVID period and the current geopolitical situation, the issue of development of both domestic tourism and interaction between friendly countries, developing a joint integrated product within the framework of health and wellness and medical tourism, is acute.

**Keywords:** Belarus, Russia, health and wellness tourism, medical tourism, sanatorium-resort organizations, inbound tourism, outbound tourism.

**For citation:** Mozokina, S. Russian and Belarusian interaction in the development of healthcare and medical tourism / S. Mozokina, A. Latysheva // Prospects for the development of tourism in modern conditions: global trends and regional contexts : materials of the III Int. sci.-pract. conf., Minsk, 28 Sept. 2023 / National Agency for Tourism ; ed.: I. Voronovich (chair.) [et al.]. – Minsk, 2023. – P. 225–234.

В условиях изменений геополитической ситуации в мире, наблюдающейся начиная с 2020 года, происходят изменения в направленности внешнеэкономических связей. В частности, значительно меняются направления въездных и выездных туристских потоков. Надо отметить, что отношения России и Беларуси остаются стабильными на протяжении многих десятилетий. Направления экономических и культурных взаимодействий двух стран разнообразны, однако в рамках настоящей статьи будет уделено внимание развитию лечебно-оздоровительного и медицинского туризма.

В целях лечения, оздоровления и отдыха туристы из Беларуси приезжают в Россию, поскольку здесь находится множество

курортов и санаториев с лечебными и рекреационными услугами, а также профильные высокотехнологичные медицинские учреждения с высококвалифицированными медицинскими специалистами, такие как например, ФГАУ «Национальный медицинский исследовательский центр МНТК “Микрохирургия глаза” им. С. Н. Федорова», ФГБУ «НМИЦ онкологии им. Н. Н. Петрова» (табл. 1).

**Таблица 1. Количество въездных туристских поездок в РФ, тыс. чел.**

Направление	2018	2019	2020	2021	2022
Всего	24 551	24 419	6 359	7 079,8	8 242,5
Из Республики Беларусь	150	143	52	58	126

Источник: составлено авторами на основании данных ЕМИСС [3].

В России на первом месте по привлекательности для туристов из Республики Беларусь стоят Москва и Санкт-Петербург, причем Санкт-Петербург привлекает туристов не только как культурная столица России, но и как центр медицинского туризма (табл. 2).

**Таблица 2. Число иностранных туристов, приехавших с целью лечения в Санкт-Петербург за 2022 г.**

Страны	Количество медицинских туристов (чел.)
Всего	116 220
в т. ч. СНГ	48 711
в т. ч. Республика Беларусь	2 138

Источник данных: комитет по здравоохранению Санкт-Петербурга [4].

В санаторно-курортных организациях РФ подавляющее большинство лиц, получивших санаторно-курортное лечение, это граждане России. Также можно заметить, что значительную часть иностранцев составляют граждане стран СНГ. Средняя продолжительность поездки у туристов из стран СНГ в Россию составляет 16 дней, причем такая длительность поездки напрямую связана с количеством туристских прибытий именно в лечебных целях, так как именно лечебно-оздоровительный туризм наиболее длительный по количеству дней пребывания по сравнению с другими видами туризма.

Внимание туристов, приезжающих с лечебно-оздоровительными целями, привлекают также различные курорты России, особенно курорты Кавказских Минеральных Вод и Белокуриха.

Россия известна своими многочисленными санаторно-курортными зонами и курортами, которые предлагают множество возможностей для отдыха и лечения (табл. 3).

**Таблица 3. Количество санаторно-курортных организаций РФ и СПб**

<b>Санаторно-курортные, оздоровительные организации и другие специализированные средства размещения</b>	<b>2022</b>
В Российской Федерации – санаторно-курортные организации всего	1 944
В том числе детские	517
В Санкт-Петербурге – санаторно-курортные организации	30
В том числе детские	16

Источник: составлено авторами на основании данных Госреестра курортного фонда РФ [5].

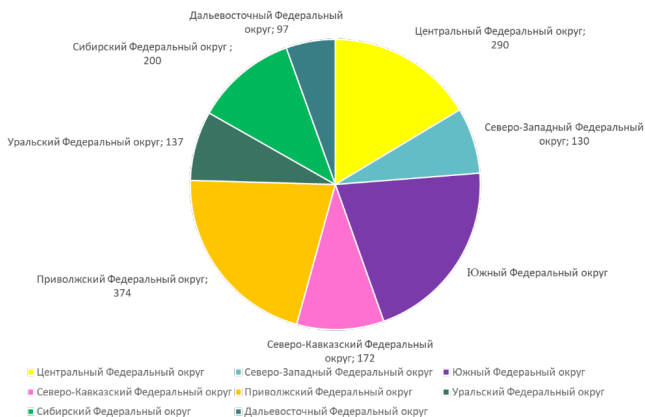
Наиболее известными курортами в России являются:

Сочи, расположенный на берегу Черного моря. Сочи является одним из самых популярных курортов в России, известным своими санаториями, курортами и курортными зонами (в том числе водолечебница «Мацеста»). На территории Сочинского района расположено множество курортов и санаториев, таких как Геленджик, Анапа и Туапсе.

КавМинВоды, расположенный на Северном Кавказе. КавМинВоды известен своими лечебными минеральными источниками, включает в себя такие курорты, как Кисловодск, Пятигорск, Железноводск, Ессентуки, минеральные источники которых (более 100 видов лечебных минеральных источников 30 типов минеральной воды) используются для лечения многих заболеваний.

Крым, полуостров на Черном море, известный своими пляжами, горными ландшафтами и множеством санаториев и курортов.

Алтай, горный регион на юго-западе Сибири, известный своими природными ландшафтами, чистым воздухом и множеством курортов и санаториев. Так, например, в «Белокурихе» ценятся такие природные факторы, как чистый горный воздух, целебные грязи и минеральная вода.



**Рис. 1. Распределение санаторно-курортных организаций в РФ по федеральным округам**

Начиная с 2020 г. по ряду причин (прежде всего, влияние оказала пандемия COVID-19, следствием которой стало ограничение мобильности населения, в том числе трансграничной) значительно снизилось количество международных поездок граждан РФ в страны – члены ЕС, в том числе с лечебными и оздоровительными целями. После введения многочисленных антироссийских санкций, в том числе существенно затрудняющих для россиян въезд в ряд стран, а также блокирующих возможности денежных расчетов, указанная тенденция еще более усилилась.

Таким образом, в последние годы происходит ярко выраженная переориентация турпотоков на внутренние направления РФ и посещение стран – участниц СНГ, в частности Беларуси (табл. 4).

**Таблица 4. Количество выездных туристских поездок граждан РФ в зарубежные страны, тыс. чел.**

Направление	2018	2019	2020	2021	2022
Всего в зарубежные страны	41 964	45 330	12 361	19 199,1	22 486,5
В Республику Беларусь	6 971	7 098,9	1 961,3	2 386	4 006,9

Источник: составлено авторами на основании данных ЕМИСС и Белстат [3, 6].

Посещение Беларуси российскими туристами осуществляется в основном в деловых и лечебно-оздоровительных целях. Кроме того, Беларусь привлекает российских туристов своей культурой, кухней и достопримечательностями, такими как Мирский замок, Несвижский замок, Беловежская пуца, Минск, где можно посетить множество музеев, театров, памятников, музейный комплекс старинных народных ремесел и технологий «Дудutki», Брестская крепость, Нарочь (одно из самых красивых озер Беларуси), Гродненский замок, Гомельский дворцово-парковый ансамбль, Логойский лыжный курорт, природный парк «Аугустовский канал», Браславские озера (место притяжения эготуристов), Зубровка (известный курорт с уникальными оздоровительными процедурами, включая ванны с лечебными травами) и другие места, которые отражают богатую культурную, историческую и природную ленту Беларуси, делая ее удивительным местом для изучения и отдыха.

Санатории Беларуси славятся своим высоким качеством услуг и разнообразием лечебных программ. Они привлекают множество туристов из Беларуси, России и других стран. Вот некоторые особенности санаторно-курортного комплекса Беларуси.

\* Беларусь обладает разнообразным природным ландшафтом, а санатории расположены в различных экологически чистых зонах: от живописных лесов до озёрных районов.

\* Санатории Беларуси используют натуральные лечебные факторы, такие как минеральные воды, грязелечение, торфяные ванны и многое другое.

\* Многие санатории Беларуси специализируются на определенных видах лечения, таких как кардиологические, неврологические, детские или гинекологические заболевания.

Кроме лечения, санатории Беларуси предлагают разнообразные программы оздоровления и релаксации, включая спа-процедуры, фитнес, йогу и диетическое питание; а также активные виды отдыха, такие как плавание, теннис, пешие и велосипедные прогулки по живописным местам.

Наиболее известные санатории Беларуси: «Ясный Берег», «Радон», «Нарочь», «Беларусь».

Большинство санаториев предлагает разнообразные пакеты по доступным ценам, что делает их привлекательным вариантом для широкого круга туристов.

Туристы из Республики Беларусь, приезжающие в Российскую Федерацию, чаще ориентированы на культурно-познавательный и деловой туризм, они приезжают с культурно-познавательными или деловыми целями в основном в Москву и Санкт-Петербург. В то же время в самой Беларуси активно развивается въездной лечебно-оздоровительный туризм на базе многочисленных санаторно-курортных организаций (табл. 5).

**Таблица 5. Количество лиц, размещенных в санаторно-курортных организациях Республики Беларусь, и продолжительность их пребывания, 2021 г.**

Показатель	Чел., всего	В том числе по продолжительности пребывания (ночевок)					
		Менее суток	1–3	4–7	8–14	15–28	29 и более
Всего	847 910	5 316	340 914	95 219	180 882	224 250	1 329
В том числе жители Республики Беларусь	749 631	4 910	326 889	79 351	122 720	214 948	813
В том числе:							
Дети (до 18 лет)	216 101	349	40 054	16 400	30 578	128 649	71
Взрослые	533 530	4 561	286 835	62 951	92 142	86 299	742
Граждане других государств	98 279	406	14 025	15 868	58 162	9 302	516
В том числе:							
Дети (до 18 лет)	10 240	41	1 093	1 859	4 821	2 394	32
Взрослые	88 039	365	12 932	14 009	53 341	6 908	484

Источник: Белстат [6].

Санатории Беларуси привлекают внимание туристов благодаря высокому уровню медицинских услуг, уникальным лечебным факторам, качественному обслуживанию и разнообразию предложений для здоровья и отдыха (табл. 6).

**Таблица 6. Количество санаторно-курортных организаций**

Санаторно-курортные, оздоровительные организации и другие специализированные средства размещения	2019	2020	2021
РФ – санаторно-курортные организации всего	1777	1752	1768
Из них санатории	1289	1305	1345
В том числе детские	490	491	517
Республика Беларусь – санаторно-курортные организации всего	492	483	474
Из них санатории	76	77	75
В том числе детские	7	8	7

Источник: составлено авторами на основании данных ЕМИСС, Белстат [3, 6].

Санаторно-курортный туризм является важным сегментом туризма и в России, и Беларуси, обе страны активно развивают этот сектор. Правительство России инициирует программы по инвестированию в развитие инфраструктуры курортов и предлагает различные стимулы для частных инвесторов.

В ряде санаториев предлагаются медицинские программы для лечения и реабилитации различных заболеваний.

В Беларуси есть множество известных санаториев и оздоровительных центров, таких как «Беларусь», «Юность», «Нарочь» и другие. Многие санатории специализируются на лечении определенных заболеваний с использованием природных ресурсов, таких как минеральные воды и торфяные грязи.

Беларусь также предлагает поддержку для развития санаторно-курортного туризма. Низкие цены и высокое качество услуг делают Беларусь привлекательной для иностранных туристов.

Учитывая тесные связи между Россией и Беларусью, существуют совместные программы и соглашения, которые упрощают взаимодействие в сфере санаторно-курортного туризма.

Обе страны активно работают над улучшением качества услуг, инфраструктуры и маркетинга, чтобы привлечь больше туристов как из своих стран, так и из-за границы. Это помогает не только укрепить здоровье населения, но и стимулирует экономический рост в этих регионах.

В России проведение научных исследований в области здравоохранения и внедрение инновационных технологий в санаториях и курортах становятся все более распространенными. Многие курорты России также являются историческими и культурными центрами, что добавляет привлекательности для туристов. Сохранение и улучшение природного окружения курортов и санаториев является приоритетом, и в этом направлении ведется активная работа. Введение специализированных программ для различных категорий граждан, таких как пожилые люди, дети или ветераны, делает санаторно-курортный отдых более доступным и целенаправленным.

Беларусь продолжает работать над повышением стандартов качества в санаториях и курортах, включая обучение персонала и модернизацию оборудования. Активные кампании по продвижению курортов Беларуси на международном уровне помогают привлекать все больше иностранных туристов. Беларусь также активно сотрудничает с соседними странами, включая Россию, для обмена опытом и создания совместных предложений в области санаторно-курортного туризма. Развитие курортных зон



в различных регионах страны, не только в крупных городах, распределяет экономический рост и привлекает туристов в менее известные районы. Внедрение концепций экотуризма, таких как использование возобновляемых источников энергии и устойчивое управление отходами, делает санаторно-курортный туризм более устойчивым.

### **Общие тенденции**

*Клиентоориентированность*: оба государства уделяют внимание улучшению уровня обслуживания и персонализации предложений для клиентов разных возрастных групп и потребностей.

*Цифровизация*: внедрение современных технологий, таких как онлайн-бронирование, электронные медицинские записи и телемедицина, упрощает доступ к услугам.

*Экономические выгоды*: развитие санаторно-курортного туризма способствует созданию рабочих мест, увеличению налоговых поступлений и стимулирует местную экономику.

*Здоровье и благополучие*: в центре внимания всегда остается здоровье и благополучие посетителей, с акцентом на профилактику, реабилитацию и лечение различных заболеваний.

*Адаптация к климатическим изменениям*: адаптация курортных зон к изменяющимся климатическим условиям и внедрение практик устойчивого развития.

*Участие частного сектора*: привлечение частных инвесторов и предпринимателей может стимулировать инновации и улучшение услуг.

*Исследования и образование*: внедрение научных исследований и образовательных программ для обучения кадров, специализирующихся в сфере санаторно-курортного туризма.

*Индивидуальный подход*: развитие индивидуальных программ оздоровления и лечения, учитывая уникальные потребности и заболевания каждого посетителя.

Таким образом, можно сказать, что санаторно-курортный туризм в России и Беларуси продолжает динамично развиваться, адаптируясь к современным требованиям и глобальным вызовам. Политика, инновации, инвестиции и устойчивое развитие являются ключевыми компонентами для дальнейшего роста и процветания этого важного сектора экономики в обеих странах.

В целях осуществления более тесного взаимодействия в сфере лечебно-оздоровительного и санаторно-курортного туризма представляется целесообразным создание единого информационного портала,

объединяющего информацию о природных лечебных ресурсах, санаторно-курортных организациях, их профиле, материально-технической базе и условиях размещения (возможно, с функцией бронирования). Это позволит создать информационно-технологическую основу для дальнейшей интеграции в рассматриваемой области. В рамках этого же направления требуется принятие мер по гармонизации форм и порядка получения документов для санаторно-курортного лечения (санаторно-курортных карт), в том числе электронных.

Также в рамках подготовки специализированных кадров предлагается разработать сетевые магистерские программы по организации и управлению лечебно-оздоровительным туризмом (включая медицинский туризм и санаторно-курортный туризм), реализуемые на базе университетов России и Беларуси. При этом следует включить в компетенции сетевых магистерских программ такие компетенции, как знание профилей санаториев, природных лечебных ресурсов, курортологии, умение использовать в работе цифровые платформы.

#### Список литературы

1. Мозокина, С. Л. Исторические аспекты развития лечебно-оздоровительного и медицинского туризма / С. Л. Мозокина, А. А. Латышева // Известия Санкт-Петербург. гос. экон. ун-та. – 2021. – № 6 (132). – С. 79–84.
2. Латышева, А. А. Инновационные подходы к организации услуг санаторно-курортного туризма / А. А. Латышева, С. Л. Мозокина, Л. В. Хорева, А. В. Шраер // Известия Санкт-Петербургского государственного экономического университета. – 2022. – № 3 (135). – С. 82–88.
3. Единая межведомственная информационно-статистическая система [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.fedstat.ru>. – Дата доступа: 25.07.2023.
4. Комитет по здравоохранению Санкт-Петербурга [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://zdrav.spb.ru/ru>. – Дата доступа: 25.07.2023.
5. Росстат [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://rosstat.gov.ru/statistics/turizm>. – Дата доступа: 25.07.2023.
6. Национальный статистический комитет Республики Беларусь [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://dataportal.belstat.gov.by/Indicators/Preview?key=205627>. – Дата доступа: 25.07.2023.

**ЭКСКУРСИОННАЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ  
КОНДИТЕРСКИХ ПРЕДПРИЯТИЙ  
В КОНТЕКСТЕ РАЗВИТИЯ  
ПРОМЫШЛЕННОГО ТУРИЗМА  
В РЕСПУБЛИКЕ БЕЛАРУСЬ**

**С. А. Пациенко**

Учреждение образования «Белорусский государственный университет культуры и искусств», ул. Рабкоровская, 17, 220007, г. Минск, Беларусь, bguki2018@yandex.by

**Аннотация.** В статье рассматривается современное состояние промышленного туризма в Республике Беларусь, и в частности организация экскурсий на предприятия, производящие кондитерскую продукцию. Анализируются экскурсионные предложения таких кондитерских фабрик, как «Коммунарка», «Спартак», «Слодыч», «Витьба», «Красный пищевик».

**Ключевые слова:** промышленный туризм, экскурсия, производство, предприятие, кондитерская фабрика, производство кондитерских изделий, экскурсионная деятельность.

**Образец цитирования:** Пациенко, С. А. Экскурсионная деятельность кондитерских предприятий в контексте развития промышленного туризма в Республике Беларусь / С. А. Пациенко // Перспективы развития туризма в современных условиях: мировые тенденции и региональные контексты : материалы III Междунар. науч.-практ. конф., Минск, 28 сент. 2023 г. / Национальное агентство по туризму ; редкол.: И. Н. Воронович (предс.) [и др.]. – Минск, 2023. – С. 235–243.

# EXCURSION ACTIVITIES OF CONFECTIONERY ENTERPRISES IN THE CONTEXT OF THE DEVELOPMENT OF INDUSTRIAL TOURISM IN THE REPUBLIC OF BELARUS

**S. Patsyenka**

Educational Institution «Belarusian State University of Culture and Arts»,  
Rabkorovskaya Street, 17, 220007, Minsk, Belarus, bguki2018@yandex.by

**Annotation.** The article examines the current state of industrial tourism in the Republic of Belarus, and in particular the organization of excursions to enterprises producing confectionery products. The excursion offers of such confectionery factories as «Kommunarka», «Spartak», «Slodych», «Vitba», «Krasny Pishchevik» are analyzed.

**Keywords:** industrial tourism, excursion, production, enterprise, confectionery factory, confectionery production, excursion activity.

**For citation:** Patsyenka, S. Excursion activity of confectionery enterprises in the context of the development of industrial tourism in the Republic of Belarus / S. Patsyenka // Prospects for the development of tourism in modern conditions: global trends and regional contexts : materials of the III Int. sci.-pract. conf., Minsk, 28 Sept. 2023 / National Agency for Tourism ; ed.: I. Voronovich (chair.) [et al.]. – Minsk, 2023. – P. 235–243.

Сегодня промышленный туризм в Беларуси представляет собой достаточно развитый вид туризма. Знакомство с производственными процессами на индустриальных гигантах, таких как Белорусский автомобильный завод в Жодино, «Гомсельмаш», Минский тракторный завод, или экскурсии на крупнейший в Европе завод по выращиванию синтетических алмазов «Адамас» (Минская область), на единственный часовой завод в Республике Беларусь ОАО «Минский часовой завод» доступны как отечественным, так и иностранным туристам. Увидеть, как собирают автомобили, производят холодильники, изготавливают сыры, выпускают посуду, создают детские игрушки, могут посетители разных профессий и возрастов.

Как отмечается в «Национальной стратегии развития туризма в Республике Беларусь до 2035 года», в Республике Беларусь более

120 предприятий промышленности осуществляют организацию приема и обслуживание экскурсионных групп [4].

Развитие промышленного туризма в нашей стране осуществляется по трем основным направлениям: познавательный, деловой и профориентационный туризм. По словам *заместителя министра промышленности Д. Харитончика, с целью* развития промышленного туризма активно проводится системная работа, «организовано взаимодействие между основными министерствами и ведомствами страны. В частности, между Министерством промышленности, Министерством архитектуры и строительства, концернами «Беллепром» и «Белгоспищепром», а также Национальным агентством по туризму» [8].

Познавательный, или имиджевый, туризм позволяет гостям ознакомиться с историей предприятий, разновидностями производимой продукции, особенностями производства и т. д. Часто такие экскурсии включают посещение музеев предприятий. Например, свои музеи имеют Республиканское унитарное производственное предприятие «Гранит» (Брестская область), Минский тракторный завод, ОАО «Минский часовой завод», фабрика «Слуцкие пояса» (Минская область), ОАО «Лидское пиво» (Гродненская область), стекольный завод «Неман» (Гродненская область), ОАО «Красносельскстройматериалы» (Гродненская область) и др.

В сентябре 2017 г. открылся музей Минского тракторного завода, возникший из экспозиции комнаты трудовой славы, созданной в 1971 г. Помимо знакомства с артефактами, которые отражают историю создания, развития и становления завода, музей может предложить посетителям посещение интерактивных зон, 5D-кинотеатра. В музейном пространстве возможно проведение научно-практических конференций, творческих встреч, связанных с тематикой и профилем музея, поэтических вечеров и т. д. [3]. *Музейно-промышленный центр трудовой славы МТЗ можно также посетить посредством виртуального 3D-тура*, что делает его инклюзивным, а значит, доступным практически для всех категорий населения независимо от их возможностей и состояния здоровья.

*Деловой, или корпоративный, туризм преследует цель организации выставочно-экскурсионных мероприятий для реальных либо потенциальных деловых партнеров.* Промышленный туризм можно рассматривать в качестве действенного инструмента

для решения актуальных экономических задач, налаживания экономического сотрудничества. В процессе экскурсий продвигается тот или иной бренд, рекламируется продукция и ассортимент предприятий, демонстрируются возможности современных промышленных технологий, качество белорусской продукции. Все это может способствовать привлечению инвестиций, поиску партнеров по бизнесу, заключению контрактов между предприятиями и т. д.

Профориентационный туризм призван ознакомить молодых людей с различными профессиями, с работой в производственных цехах ведущих предприятий страны. Благодаря таким экскурсиям не только популяризируется деятельность предприятий, но и повышается престиж рабочих профессий. Например, РУПП «Гранит» предлагает групповую экскурсию под названием «Профессия водитель». В процессе проведения экскурсии на смотровую площадку гранитного карьера «Микашевичи» приезжает самый большой карьерный самосвал (грузоподъемность 90 тонн), работающий в Республике Беларусь. Специалист по музейным фондам рассказывает об основных обязанностях водителя карьерного самосвала, знакомит с профессиональными требованиями, предъявляемыми к водителю на РУПП «Гранит» [9].

Экскурсионная деятельность предприятий преследует несколько целей. Как отмечено в Положении об организации экскурсий на РУПП «Оршанский льнокомбинат», «экскурсии на предприятии организуются в целях создания положительного имиджа предприятия, информирования об истории и деятельности предприятия, ознакомления с ассортиментом и новинками выпускаемой предприятием продукции, подготовки профессионально-ориентированных лиц, в рекламных и социально-общественных целях» [10]. Сегодня на предприятии разработано три экскурсионных маршрута: для деловых кругов, профориентационный маршрут для старшеклассников и «Оршанщина – колыбель белорусского льна» – для широкой аудитории [2].

Некоторые белорусские предприятия сохраняют традиции производства на протяжении столетий. К предприятиям с историей можно отнести стеклозавод «Неман», ОАО «Лидское пиво», ОАО «Пивзавод “Оливария”» и др. **Стеклозавод «Неман», который находится в городе Березовка Лидского района Гродненской области, является старейшим предприятием отрасли – основы производства были заложены еще в XIX в.** ОАО «Пивзавод “Оливария”» является одним из старейших работающих предприятий в стране. Его история

началась в 1864 г., когда минская мещанка Рохля Фрумкина (Фрумкинова) основала деревянную пивоварню, начав выпуск трех сортов пива – «Баварского», «Столового» и «Пльзенского». В 1876 г. мещанин Носель Зеликович Пупко построил в городе Лиде пивной завод. Первая варка пива была отмечена кирпичной кладкой на заводской трубе, которая сохранилась до нашего времени. Кирпичную надпись «Сущ. с 1876 года» можно увидеть и сегодня. Рядом находится дом Пупко, а во дворе – заводские постройки: двухэтажный завод с конторой и здания сушильни и бродительного отделения [7].

Посещение экскурсий на пивоваренные заводы по желанию гостей сопровождается дегустацией, поэтому возраст экскурсантов должен превышать 18 лет. Однако в нашей стране существует ряд предприятий пищевой промышленности, экскурсии на которые доставят радость младшему поколению туристов. К таким предприятиям относятся производства, выпускающие кондитерские изделия. Среди наиболее популярных кондитерских фабрик Беларуси – «Коммунарка», «Спартак», «Слодыч», «Витьба», «Красный пищевик». Несмотря на то, что производство кондитерских изделий требует строгого санитарно-гигиенического контроля, промышленный туризм сегодня активно развивается в данном направлении, а все вышеупомянутые фабрики можно посетить с экскурсиями.

Организацию экскурсионной деятельности первой среди кондитерских предприятий страны в 2015 г. начала фабрика «Коммунарка». Фабрика, которая является одним из крупнейших производителей кондитерских изделий в Республике Беларусь и входит в состав Белорусского государственного концерна пищевой промышленности «Белгоспищепром», предлагает туристам посещение производственных цехов по адресу: г. Минск, ул. Аранская, 18. В настоящее время на фабрике функционирует три основных цеха: конфетный, шоколадный, конфетно-шоколадный. Ежегодно на предприятии выпускается свыше 30 тысяч тонн продукции, а ассортимент фабрики насчитывает более 300 наименований кондитерских изделий [11]. За 1 час и 30 минут, на протяжении которых длится экскурсия, гости могут узнать о специфике создания конфет, используемых ингредиентах, способах производства и т. д. Посетители получают уникальную возможность попробовать сошедшую прямо с конвейера продукцию фабрики. Помимо посещения производственных цехов и дегустации конфетной продукции, каждый экскурсант получает подарок от

«Коммунарки». Кроме того, участники экскурсионных программ могут посетить фирменную кофейню при производстве.

В 2018 г. впервые кондитеры гомельской фабрики «Спартак», история которой началась еще в 1924 г., пригласили всех желающих от 10 лет и старше в главные производственные цеха фабрики. Сегодня СП ОАО «Спартак» выпускает около 350 наименований кондитерских изделий: конфеты, шоколад, шоколадные изделия, печенье, вафельные изделия, карамель, батончики-мюсли, торты, пирожные и др. В четырехэтажном конфетно-шоколадном цеху, крупнейшем на «Спартаке», гости могут увидеть, как на отдельных производственных линиях создаются шоколадные конфеты. В вафельном цеху производят вафли, а также пирожные, торты и батончики. Бисквитный цех отличается производством широкого ассортимента печенья и сдобы. В карамельном цеху выпускают разные виды этого лакомства [12]. Экскурсия на фабрику «Спартак» дает возможность гостям увидеть, как работают современные автоматизированные конвейеры, как замешивается шоколад и глазурь, готовятся начинки для конфет. Экскурсионная программа включает дегустацию продукции фабрики.

ОАО «Кондитерская фабрика “Слодыч”» – самый известный производитель печенья в Республике Беларусь. Кондитеры фабрики производят более 100 наименований различных видов печенья: сахарного, сдобного, затяжного, глазированного, крекера и т. д. Благодаря присоединению в 2021 г. двух филиалов – кондитерской фабрики «Конфа» в Молодечно и кондитерской фабрики «Ивкон» в городском поселке Ивенец Воложинского района, сегодня фабрика производит конфеты, пряники, вафли и зефир [6].

Во время экскурсии по фабрике «Слодыч» посетители знакомятся с историей создания и основными этапами развития предприятия. Посещение цехов позволяет увидеть процесс производства печенья от вымешивания теста до выпечки и фасовки. Экскурсанты могут попробовать горячее ароматное печенье, которое только что сошло с конвейера. Интересно, что несколько сортов печенья до сих пор выпекают вручную по рецептам середины прошлого столетия. Визитной карточкой фабрики стали выпускаемое с 1950-х гг. печенье «Белорусский гостинец», с 1960-х гг. – печенье «Ореховое с фундуком», и печенье «К полднику», выпускаемое с первой половины 1970-х гг. [6]. После экскурсии каждого гостя ожидает набор сладостей в подарок



и возможность посещения кафетерия фирменного магазина, расположенного при входе на фабрику.

Старейшим кондитерским предприятием в Беларуси является Бобруйская фабрика «Красный пищевик», основанная в 1870 г. как дрожжевой завод. Сегодня ОАО «Красный пищевик» – современное производство, выпускающее свыше 250 наименований продукции: зефир, мармелад, халву, драже, ирис, конфеты, мед, арахисовую пасту и т. д.

Проведение экскурсий по «Красному пищевику» стало возможно в 2022 г. благодаря разработке специального маршрута, позволившего минимизировать контакт гостей с производимой продукцией, но в то же время максимально близко показать процесс создания зефира, мармелада и другой продукции фабрики. Экскурсия знакомит гостей с историей становления этого старейшего предприятия Могилевской области, технологическими тонкостями изготовления десертов, особенностями отбора ингредиентов для их производства. Гости имеют возможность продегустировать тут же произведенные зефир и мармелад, а также попробовать самостоятельно их создать.

Кондитерская фабрика «Витьба» лидирует в Беларуси по производству сухих завтраков и вафельной продукции. Сегодня на предприятии функционирует 4 производственных цеха, выпускающих более 100 наименований продукции. Ежегодно на фабрике выпускают более 13 тысяч тонн сухих завтраков, вафельных батончиков, рулетиков, трубочек, бисквитов и др. [1]. С недавних пор здесь занялись организацией экскурсионной деятельности. На производстве экскурсанты могут увидеть процесс изготовления вафель и трубочек от замеса теста до фасовки. Знакомство с ассортиментом и новинками продукции осуществляется в процессе дегустации.

Среди кондитерских предприятий, сумевших организовать экскурсионное обслуживание на производстве, можно отметить булочно-кондитерскую компанию «Домочай» из города Могилева. Помимо хлебной продукции, на предприятии производят пирожные, печенье, булочки, замороженные хлебобулочные изделия. В программе экскурсии продолжительностью 1 час 30 минут – знакомство с историей хлебопечения и непосредственно с историей предприятия «Домочай». Во время посещения производственного цеха экскурсанты могут ознакомиться с технологическим процессом производства хлебобулочных изделий, увидеть различные виды хлебобулочных и кондитерских изделий. Экскурсия также предусматривает дегустацию

свежеиспеченных булочек, пирожных и тортов. В конце посещения каждый гость получает подарок [5].

Организация экскурсионной деятельности на производстве представляет собой достаточно трудоемкий процесс, требующий согласованных действий различных служб со стороны предприятия и выполнения ряда инструкций (Инструкции по санитарии и культуре производства, Инструкции по охране труда и пожарной безопасности) от посетителей. Организация показа производственных процессов на кондитерских предприятиях невозможна без соблюдения высоких стандартов пищевой безопасности. Поэтому на производстве детально прорабатываются маршруты для посетителей, создаются специальные дегустационные залы, экскурсантам выдается санитарная одежда и т. д. Как правило, посетителями экскурсии могут стать дети с 10 лет и старше. Посещение организованных детских групп осуществляется в сопровождении взрослых.

Подобные экскурсии выполняют ряд функций. С одной стороны, они являются рекламным ходом, популяризирующим продукцию кондитерского производства. Знакомство с процессом производства любимых сладостей вызывает позитивные чувства у экскурсантов, формирует лояльное отношение к бренду, дает возможность детального знакомства с ассортиментом и демонстрации новинок продукции предприятия. Туристы, которые своими глазами видели процесс создания кондитерской продукции, продегустировали ее, поучаствовали в ее создании либо оформлении, обязательно запомнят название предприятия и наверняка в будущем приобретут продукцию данного производителя.

С другой стороны, подобные экскурсии позволяют посетителям испытать новые чувства, ощутить ароматы свежеспеченной выпечки, шоколада, прикоснуться к «секретному» процессу производства. Для детской аудитории экскурсии на производство, помимо общеобразовательного, имеют и профориентационное значение. Экскурсии на производство расширяют картину мира юных посетителей, которые узнают, как создаются их любимые сладости, сколько труда и сил затрачивается на производство, какие современные технологии задействованы в процессе производства и т. д. Ребятам постарше такие экскурсии знакомят с условиями труда на предприятии и вполне могут стать началом профессиональной карьеры в данной отрасли. Таким образом, организация экскурсионной деятельности на предприятиях способствует развитию различных секторов экономики страны.

### Список литературы

1. Коммунальное производственное унитарное предприятие «Кондитерская фабрика “Витьба”» [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://vitba.by>. – Дата доступа: 27.06.2023.
2. Министерство промышленности Республики Беларусь [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://minprom.gov.by/shest-samyh-ljuborytnyh-obektov-promyshlennogo-turizma-v-belarusi>. – Дата доступа: 27.06.2023.
3. Музейно-промышленный центр трудовой славы МТЗ / МТЗ-ХОЛДИНГ [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://belarus-tractor.com/company/the-museum-of-the-minsk-tractor-plant.php>. – Дата доступа: 21.06.2023.
4. Национальная стратегия развития туризма в Республике Беларусь до 2035 года [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.belarustourism.by/news/НАЦИОНАЛЬНАЯ%20СТРАТЕГИЯ.pdf>. – Дата доступа: 26.06.2023.
5. ОАО «Булочно-кондитерская компания “Домочай”» [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://domochay.by>. – Дата доступа: 27.06.2023.
6. ОАО «Кондитерская фабрика “Слодыч”» [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.slodych.by/company/slodych-segodnya>. – Дата доступа: 20.06.2023.
7. ОАО «Лидское пиво» [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://lidskae.by/istoriya>. – Дата доступа: 20.06.2023.
8. Официальный портал Национального агентства по туризму [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.belarustourism.by/news/kak-razvivaetsya-promyshlennyy-turizm-v-usloviyakh-vneshnikh-vyzovov>. – Дата доступа: 20.06.2023.
9. РУПП «Гранит» [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://granit.by>. – Дата доступа: 20.06.2023.
10. РУПП «Оршанский льнокомбинат» [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://linenmill.by/promyshlennyj-turizm>. – Дата доступа: 27.06.2023.
11. СОАО «Коммунарка» [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.kommunarka.by>. – Дата доступа: 20.06.2023.
12. СП ОАО «Спартак» [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.spartak.by>. – Дата доступа: 27.06.2023.

## **РОЛЬ ЧАСТНЫХ МУЗЕЕВ В РАЗВИТИИ СОЦИАЛЬНОГО ТУРИЗМА**

**Т. О. Пикунова**

Частное учреждение «Музей ложки», ул. Октябрьская, 4, 600000,  
г. Владимир, Российская Федерация, tatianapkn@list.ru

**Аннотация.** В статье рассматривается опыт работы музея ложки в г. Владимире в Российской Федерации в части работы с лицами с инвалидностью по зрению. Автор статьи – руководитель указанного музея – приходит к выводам, что данную категорию посетителей следует рассматривать не только как благополучателей социально ответственного бизнеса, но и как интересный сегмент клиентов, направление для развития деятельности как отдельной организации, так и сферы туризма в целом. Опыт работы данного российского частного музея может быть полезен для коллег из Беларуси, а изложенные выводы интересны для теоретиков экономики впечатлений.

**Ключевые слова:** Беларусь, Россия, частные музеи, туризм, лица с инвалидностью по зрению.

**Образец цитирования:** Пикунова, Т. О. Роль частных музеев в развитии социального туризма / Т. О. Пикунова // Перспективы развития туризма в современных условиях: мировые тенденции и региональные контексты : материалы III Междунар. науч.-практ. конф., Минск, 28 сент. 2023 г. / Национальное агентство по туризму ; редкол.: И. Н. Воронович (предс.) [и др.]. – Минск, 2023. – С. 244–252.

## **THE ROLE OF PRIVATE MUSEUMS IN THE DEVELOPMENT OF SOCIAL TOURISM**

**T. Pikunova**

Private Institution «Spoon Museum», Oktyabrskaya Street, 4,  
600000, Vladimir, Russian Federation, tatianapkn@list.ru

**Annotation.** The article discusses the experience of the Spoon Museum in Vladimir in the Russian Federation in terms of working with people with

visual disabilities. The author of the article – the head of this museum – comes to the conclusion that this category of visitors should be considered not only as the beneficiaries of socially responsible business, but also as an interesting segment of customers, a direction for the development of the activities of both a separate organization and the tourism sector as a whole. The experience of this Russian private museum can be useful for colleagues from Belarus, and the conclusions presented are interesting for theorists of the economics of impressions.

**Keywords:** Belarus, Russia, private museums, tourism, persons with visual disabilities.

**For citation:** Pikunova, T. The rule of private museums in the development of social tourism / T. Pikunova // Prospects for the development of tourism in modern conditions: global trends and regional contexts : materials of the III Int. sci.-pract. conf., Minsk, 28 Sept. 2023 / National Agency for Tourism ; ed.: I. Voronovich (chair.) [et al.]. – Minsk, 2023. – P. 245–252.

В 2015 г. был создан принципиально новый для туристической и культурной сферы Владимирской области проект – частный музей ложки во Владимире [4, с. 136–138 и др.]. Это первый частный музей в указанном субъекте Российской Федерации, ставший на сегодня одним из брендовых объектов города Владимира – элемента всемирно известного туристического маршрута «Золотое кольцо», новой точкой притяжения туристов, центром культурной и социальной работы в регионе, вдохновляющим примером и в известной степени методическим центром для создания в последующем многих новых частных музеев Владимирской области и не только. На основе собственного собрания, признанного на сегодня крупнейшей в мире коллекцией ложек (около 35 000 экспонатов), нами был создан новый объект показа, ставший заметным явлением в туристической сфере региона, его экономике и имиджевой составляющей. Кроме того, музей внес существенный вклад в работу с гражданами с особыми возможностями, прежде всего инвалидами по зрению, в организацию их досуга, развития и общения, их социализацию.

Главная цель проекта нами была обозначена как создание туристически привлекательного, экономически успешного и в то же время социально ориентированного проекта в области туризма и культуры.

Полагаем, что накопившийся опыт работы музея ложки может быть полезным коллегам из Беларуси, работающим как в государственных, так и в частных музейных институтах.

Прежде чем перейти к освещению нашей работы с особенными посетителями, хотелось бы выразить слова благодарности и восхищения профессионализмом и гостеприимством государственных и частных объектов показа Республики Беларусь.

Перейдем к теме нашей публикации.

Показать привычный всем предмет – ложку – с различных смысловых ракурсов и через разнообразие и многообразие этого предмета и историй, с ним связанных, расширить кругозор посетителей, привлечь внимание к важным фактам отечественной и зарубежной истории, ремеслам, мастерам, известным людям, географии и даже социальным проблемам – такую задачу ставил перед собой создатель музея. Также было важно продемонстрировать на собственном примере, что частные инициативы в области туризма и культуры могут и должны быть экономически успешны, внести вклад в развитие частных музеев в родном регионе, создать условия для максимально долгого пребывания туристов в городе Владимире, разнообразить предложение, дополнив туристический маршрут, сформированный десятилетиями на основе показа государственных музеев, новым частным проектом, внести в маршрут проект нового уровня гостеприимства, доброжелательности к гостю, доступный для самых разных категорий путешественников, в том числе с особенностями здоровья.

Музей ложки является удачным объектом показа для включения в экскурсионные программы различной направленности – внутреннего и въездного туризма, школьные, семейные, образовательные, познавательные, развлекательные, социальные и пр.

В музее представлены предметы из 160 стран мира, сделанные из серебра, олова, дерева, ореха, фарфора, мельхиора, различного назначения, авторские, мастеров-поставщиков династии Романовых, Валлийские ложки любви, рождественские, коронационные... Это своеобразное хранилище историй, рассказанных через простой предмет – ложку. А самое главное – это музей с уникальной атмосферой, где рады каждому гостю! Именно этот подход в организации музея, сочетающий глубину знаний, разнообразие информации, богатейшую коллекцию, открытость и необыкновенное дружелюбие

по отношению к посетителям, отмечают и туристы, как гости, так и жители города.

На крупнейшей информационной площадке для туристов TripAdvisor музей ложки по отзывам посетителей занимает лидирующую позицию среди специализированных музеев города, обгоняя даже объекты, внесенные в Список объектов Всемирного наследия ЮНЕСКО.

Коллекция собирается уже 30 лет, каждый предмет изучается с точки зрения истории производства и бытования предмета, материала и способа изготовления, страны происхождения. Так накапливаются факты, интересные сведения, которые в последующем используются в экспозиционно-выставочной и экскурсионной работе, при проведении социально ориентированных мероприятий, издательской и иной просветительской деятельности. Сама Татьяна называет себя не коллекционером ложек, а коллекционером историй, которые они могут рассказать.

В 2018 г. коллекция была внесена в Реестр рекордов России. На сегодняшний день она составляет около 35 000 предметов. Более 3 000 предметов представлено в четырех тематических залах постоянной экспозиции. Предметы сопровождаются поясняющим иллюстративным и при необходимости текстовым материалом, часть экспонатов снабжена QR-кодами с ссылкой на дополнительные материалы в сети интернет.

Всем посетителям предоставляется экскурсионное обслуживание, оно входит в стоимость входного билета.

Т. О. Пикунова ведет активную выставочную деятельность, плодотворно сотрудничает с федеральными, муниципальными музеями, внося вклад в культурную жизнь и туристическую привлекательность других регионов нашей страны. Успешно прошли выставки в Вологде, Архангельске, Иванове, Переславль-Залесском, Рыбинске, Ярославле и других городах России.

Музей принимает активное участие во всероссийских акциях «Ночь музеев» и «Ночь искусств».

Кроме экскурсионной деятельности, музеем проводятся различные мастер-классы: по росписи ложки, по столовому этикету и сервировке, квесты для детей и взрослых, причем разработаны программы для слабовидящих или незрячих посетителей.

Основатель музея ведет постоянную просветительскую работу на местном телевидении и радио. Был создан авторский спецпроект

«Обыкновенная ложка необыкновенного человека» в региональном эфире.

Большое внимание музей уделяет именно исконно русским традициям, утраченным ремеслам, фольклору, видам росписи, вкладу в ложкарное производство мастеров Владимирского края. Она проводит в данном направлении большую исследовательскую работу. Сохранение и защита самобытности, культуры и традиций народов России – приоритетная сфера деятельности.

Музей также разрабатывает и проводит программы, направленные на укрепление семьи, обеспечение семейного воспитания детей; привлечение внимания к актуальным проблемам современного общества (проблема нечитающего поколения, сохранения окружающей природы, проблемы межличностного общения и др.)

Особо следует выделить проект «Обыкновенной предмет необыкновенного человека». В результате реализации данного проекта посетители могут ознакомиться с экспозицией, цель которой – рассказать об основном богатстве нашей страны – необыкновенных людях. В рамках проекта создана новая экспозиция, в которой в форме своеобразной библиотеки представлены 100 мини-витрин в виде книжных томов с ложками, принадлежавшими необыкновенным людям: единственному космонавту из Владимирской области В. Кубасову, олимпийским чемпионом Н. Андрианову и А. Прокуророву, писательнице Т. Поляковой, митрополиту Евлогию, поэтам А. Фатьянову и Л. Дербеневу и др. Экспозиция оснащена мультимедийным оборудованием, фото- и звуковым материалом, специальным печатным изданием для слепых и слабовидящих. Записаны познавательные мини-фильмы, которые активно распространяются во всех соцсетях.

Также следует сказать о проекте «Мобильный музей», в рамках которого музей выезжает с просветительской деятельностью в отдаленные районы области, детские сады, дома престарелых, сельские школы, в те организации, которым проблематично приехать в музей самим.

В соответствии со ст. 44 Конституции Российской Федерации «каждый имеет право на участие в культурной жизни и пользование учреждениями культуры, на доступ к культурным ценностям» [1]. Схожая норма установлена в ст. 51 Конституции Республики Беларусь: «Статья 51. Каждый имеет право на участие в культурной жизни» [2].



Как пишут А. П. Кашина и Т. А. Андреевко, «по статистическим данным в нашей стране больше 15 млн людей проживают с различной степенью инвалидности. Практически 70 % из них хотели бы путешествовать по России и другим странам, 30 % даже имеют необходимый бюджет для этого. Но путешествуют всего лишь 3 % самостоятельно и 7 % с помощью родственников» [3, с. 197]. При этом, по мнению О. В. Савельевой, «в настоящее время основными направлениями туризма для людей с ограниченными возможностями в России являются спортивно-оздоровительный и экскурсионный виды туризма...» [5, с. 130].

Музей ложки стремится внести свой вклад в расширение возможностей для путешествия указанной категории граждан. Здесь рады каждому посетителю и стараются создать условия для того, чтобы люди с особыми возможностями здоровья чувствовали себя комфортно и получили максимум информации об экспонатах музея, смогли принять участие в проводимых музеем лекциях, мероприятиях и мастер-классах.

К людям с ограничением зрительной функции в музее ложки особенно внимательное отношение, именно поэтому ежегодно он удостоивается почетной региональной награды «Друг библиотеки для слепых». Для таких посетителей в музее есть печатная продукция и путеводитель «В мире ложек». Популярны тематические экскурсии для слабовидящих: русские традиции и ложка, литература и ложки, география и ложки, театр и ложки.

В данный момент выпущено 7 изданий, из них 4 для слепых или слабовидящих по методу Брайля.

В 2020 г. была разработана программа для детей с диагнозом «расстройство аутистического спектра», и теперь музей активно работает и с этой категорией посетителей.

Музей постоянно расширяет ассортимент сувенирной продукции и разрабатывает собственные сувениры. Принципиальная позиция – наличие в сувенирной лавке продукции только российских производителей, мастеров, особенно тех, кто нуждается в поддержке в виде площадки для реализации своей продукции.

Музей ложки ежегодно участвует во Всероссийском конкурсе «Туристский сувенир», занимая призовые места.

По данным статистической отчетности, музей ложки во Владими́ре посетили: в 2019 г. – 12 000 человек, из них 1 200 человек –

инвалиды; в 2020 г. – 12570 человек, из них 1100 человек – инвалиды; в 2021 г. – 17741 человек, из них 7988 человек – инвалиды, в том числе более 1200 человек – инвалиды по зрению; в 2022 г. – 23138 человек, из них 1400 – инвалиды по зрению.

В настоящее время музей ложки вышел на самоокупаемость, доходы позволяют содержать коллектив сотрудников, привлекать внештатных сотрудников, осуществлять оплату коммунальных платежей, закупку и производство сувенирной продукции, закупку новых экспонатов.

Музей ложки стал одним из первых музеев Владимирской области, который можно посетить в рамках программы «Пушкинская карта», принят в Союз музеев России. Музей – обладатель награды Tripadvisor Travellers' Choice 2021 г., вошел в список 10 % лучших достопримечательностей мира.

Многолетняя работа с различными социальными категориями гостей показала, что частные объекты показа должны рассматривать эту группу посетителей не только как важную часть работы социально ответственного бизнеса, но также и как интересный с коммерческой точки зрения сегмент.

Именно благодаря целенаправленной работе с инвалидами по зрению, большому выбору разнообразных адаптированных для них программ, наличию специальной литературы и пособий по методу Брайля музей ложки привлек внимание туристов с нарушением зрительной функции из других регионов. Они стали приезжать как организованными группами, так и самостоятельно. Целью их посещения Владимирской области стало именно знакомство с экспозицией и другими направлениями работы музея ложки.

Общение с представителями данной категории гостей музея, а также с руководителями советующих некоммерческих организаций позволило прийти к следующим, порой не всегда очевидным для многих выводам:

– данная категория граждан может и хочет активно путешествовать, что и старается делать, несмотря на то, что многие объекты показа в данный момент, к сожалению, еще не готовы к работе с такими посетителями;

– большинство представителей данной категории граждан пользуется льготами при посещении туристических объектов, если такие льготы предусмотрены официальными документами организации;

при этом они не хотят к себе особого отношения, если льгота не предусмотрена, они хотят чувствовать себя наравне с другими посетителями, они готовы платить за оказываемые услуги;

– в настоящее время существует большая необходимость проведения семинаров от экспертов, которые помогли бы руководителям и сотрудникам организаций туризма подготовиться к встрече с посетителем с инвалидностью. Музей ложки постоянно выступает инициатором подобных образовательных встреч;

– важно ответственно подходить к вопросу приспособления пространства, привлекать экспертов из числа инвалидов по зрению, чтобы не обмануться в своих ожиданиях относительно эффекта от созданных для указанной группы посетителей приспособлений и объектов. Иногда условия, создаваемые для приема одной категории граждан с особенными возможностями здоровья, могут ухудшать доступность объекта для другой категории инвалидов. К примеру, напольные тактильные наклейки для навигации инвалидов по зрению могут затруднять передвижение по этому участку улицы или пола в помещении инвалидам-колясочникам. Наша задача – найти баланс в данной и подобной ситуациях, как говорят сами инвалиды, лучший выход всегда – кнопка вызова помощника, сотрудник музея или иного объекта туристической индустрии должен быть готов с радостью, гостеприимством помочь гостю;

– предметы, предназначенные для знакомства с экспозицией лиц с инвалидностью (аудиогиды, копии предметов и иные тактильные объекты, макеты, навигация, фильмы с субтитрами и пр.), возможно так органично вписать в пространство объекта показа, что они будут интересны и полезны для всех категорий посетителей;

– работа с лицами с инвалидностью не проста, требует особой подготовки, такта, внимания к людям. Являясь важным направлением реализации социальной миссии любого музея, данная сфера может также рассматриваться как перспективное направление развития конкретной организации и сферы туризма в целом, в том числе международного туризма.

### Список литературы

1. Конституция Российской Федерации : принята всенар. голосованием 12 дек. 1993 г. // Российская газета. – 1993. – № 237 от 25 дек.

2. Конституция Республики Беларусь от 15.03.1994 № 2875-ХІІ // Ведамасці Вярхоўнага Савета Рэспублікі Беларусь. – 1994. – № 9. – Ст. 144.
3. Кашина, А. П. Туризм для людей с ограниченными возможностями / А. П. Кашина, Т. А. Андреевко // НАУКА-2020. – 2021. – № 4 (49). – С. 196–199.
4. Предпринимательство, меняющее мир (региональные практики социального предпринимательства) : сб. материалов / под ред. Т. А. Артеменковой. – М. : Блок-Принт, 2022. – 240 с.
5. Савельева О. В. Инклюзивный туризм: туристические направления для людей с ограниченными возможностями и способы их реализации / О. В. Савельева // Физическая культура. Спорт. Туризм. Двигательная рекреация. – 2021. – Т. 6, № 2. – С. 126–132.

## **ПЕРСПЕКТИВЫ ПРОДУКТОВОЙ И ГЕОГРАФИЧЕСКОЙ ДИВЕРСИФИКАЦИИ МЕДИЦИНСКОГО И ЛЕЧЕБНО- ОЗДОРОВИТЕЛЬНОГО ТУРИЗМА В БЕЛАРУСИ**

**М. В. Пуренок**

Культурно-просветительное учреждение  
«Центр лингвострановедения “Студия-Мовия”»  
ул. Раковская, д. 12, оф. 104, 220004, г. Минск, Беларусь,  
mpuranok@mail.ru

**Аннотация.** В статье рассматриваются возможные перспективы дальнейшего развития медицинского и лечебно-оздоровительного туризма в Беларуси на основе продуктовой и географической диверсификации. Проанализированы некоторые проблемы и предложены пути их решения.

**Ключевые слова:** медицинский туризм, лечебно-оздоровительный туризм, продуктовая диверсификация, географическая диверсификация.

**Образец цитирования:** Пуренок, М. В. Перспективы продуктовой и географической диверсификации медицинского и лечебно-оздоровительного туризма в Беларуси / М. В. Пуренок // Перспективы развития туризма в современных условиях: мировые тенденции и региональные контексты : материалы III Междунар. науч.-практ. конф., Минск, 28 сент. 2023 г. / Национальное агентство по туризму ; редкол.: И. Н. Воронович (предс.) [и др.]. – Минск, 2023. – С. 253–263.

# PROSPECTS FOR PRODUCT AND GEOGRAPHIC DIVERSIFICATION OF MEDICAL AND HEALTH TOURISM IN BELARUS

**M. Puranok**

Cultural and Educational Institution  
«Center of Linguistic and Regional Studies “Studia Movia”»  
Rakauskaya Street, 12-104, 220004, Minsk, Belarus, mpuranok@mail.ru

**Annotation.** The article reviews possible prospects for further development of medical and health tourism in Belarus based on product and geographical diversification. Some problems are analyzed and ways to solve them are proposed.

**Keywords:** medical tourism, health tourism, product diversification, geographic diversification.

**For citation:** Puranok, M. Prospects for product and geographic diversification of medical and health tourism in Belarus / M. Puranok // Prospects for the development of tourism in modern conditions: global trends and regional contexts : materials of the III Int. sci.-pract. conf., Minsk, 28 Sept. 2023 / National Agency for Tourism ; ed.: I. Voronovich (chair.) [et al.]. – Minsk, 2023. – P. 253–263.

В сложившихся социально-экономических реалиях глобальной турбулентности особое значение приобретает локальный туризм (Internaltourism), объединяющий внутренний и въездной туризм. В силу природно-географических особенностей Беларусь как туристическое направление лишена аттракций морского и горного отдыха, однако имеет достаточно развитую и современную ресурсную базу для специализации в медицинском и лечебно-оздоровительном туризме.

Наибольшую известность приобрело санаторно-курортное лечение в Беларуси, превратившись в своеобразный бренд. Анализ конкурентоспособности санаторно-курортного сегмента туристической индустрии нашей страны детально проанализирован в работах Д. М. Решетникова [1] и А. Г. Траскевич [2].

С санкурортлечением неразрывно связан оздоровительный отдых – пребывание на курортах и в санаториях практически здоровых

лиц, которые не нуждаются в специальном медицинском уходе, врачебном наблюдении и лечении. Таким образом, кроме лечебной и реабилитационной, реализуется профилактическая и рекреационная направленность санаторно-курортной деятельности.

Эффективное использование специализированной инфраструктуры, материально-технической базы и кадрового состава отрасли требует подготовки соответствующих специалистов. На основе лучших практик нами в 2019–2021 гг. разработаны курсы «Курортология и рекреационные ресурсы», «Санаторно-курортное дело и основы диетотерапии», «Организация санаторно-курортной и оздоровительной деятельности» и составлена учебно-программная документация к ним для уникальной не только для нашей страны специализации «Экономика и управление санаторно-курортными и оздоровительными организациями» (на базе БГЭУ). Тем самым созданы предпосылки для дальнейшего совершенствования подготовки руководителей всех уровней, владеющих прочными знаниями о специфической сфере деятельности, организационных аспектах целевого использования постоянно расширяющегося ассортимента лечебных факторов, способных принимать экономически обоснованные управленческие решения, реализовывать и контролировать их выполнение.

В меньшей степени проанализировано функционирование ответственного медицинского туризма в целом и особенности отдельных его разновидностей. Тем не менее несколько турфирм специализируются в этой отрасли, успешно функционируя уже не первое десятилетие, причем реализуя как выездные, так и въездные туры. Вообще данный сегмент рынка туристических услуг является социально значимым и при правильном подходе высокодоходным. Медицинский туризм, т. е. организация медобслуживания пациентов за пределами страны их постоянного проживания, является одним из динамично развивающихся направлений во всем мире с оборотом в миллиарды долларов [3].

Наиболее перспективными для дальнейшего развития считаем следующие направления медицинского туризма, позволяющие в полной мере имплементировать достижения белорусского здравоохранения.

Эстетическая медицина (стоматология, косметология, пластическая хирургия). Медцентры Беларуси предлагают иностранным гражданам подобные услуги за цены в 1,5–2 раза меньше, чем в соседних странах, и в 2–3 раза дешевле, чем в странах Западной Европы.

С другой стороны, колебания курсов валют и ограничительные мероприятия удорожают итоговую стоимость расходных материалов, имплантов, компрессионного белья и т. п.

Несомненный интерес представляет репродуктивный туризм. Международный рынок репродуктивного туризма переживает бурный рост. По статистике около 20 % семейных пар неспособны родить собственных детей, есть и одинокие бесплодные женщины и мужчины. Для них единственный шанс испытать радость родительства – вспомогательные репродуктивные технологии и экстракорпоральное оплодотворение.

Суррогатное материнство разрешено в ряде стран. Очень широко применяется в КНР. В то же время в Италии, Германии, Франции, Швеции, Норвегии запрещены даже посреднические услуги и подобная реклама, т. к. считается, что оно ущемляет чувство собственного достоинства женщин, потому что кто-то использует их в своих целях. А в Великобритании это явление рассматривается как дар одной женщины другой и возможно лишь на безвозмездной основе. В РФ и отдельных штатах США разрешена продажа услуг суррогатного материнства. При запрете суррогатного материнства желающие завести ребенка предпочитают отправиться туда, где законодательство более лояльное или этот процесс никак не регулируется. Раньше одними из крупнейших рынков коммерческого суррогатного материнства были Индия и Таиланд. Позже особенной популярностью пользовались Камбоджа и Непал. Власти этих государств из-за опасений эксплуатации своих гражданок начали закрывать подобные клиники, но возникают подпольные. Согласно данным Украинской ассоциации медицинского туризма, репродуктивные технологии входили в тройку самых популярных медицинских услуг (после офтальмологии и стоматологии), которые пользовались спросом среди иностранных граждан, преимущественно из США, Израиля, КНР.

Белорусские клиники имеют собственные банки донорских половых клеток и базы суррогатных матерей, оказывают полный спектр услуг по суррогатному материнству, включая поиск подходящей суррогатной матери, медицинский контроль и поддержку на всех этапах беременности, юридическое сопровождение. Суррогатное материнство регламентируется законом Республики Беларусь от 07.01.2012 № 341-З «О вспомогательных репродуктивных технологиях» и Кодексом о браке и семье.



Весьма показателен пример родильного туризма. В начале XXI в. обеспеченные белоруски рожали в Вильносе, желая пройти такое событие, как появление на свет потомка, в комфортных условиях с доброжелательным отношением персонала. После основательного ремонта роддомов в Республике Беларусь, появления в них платных палат и практики партнерских родов такая необходимость отпала сама собой. Коммерциализация медицины в данном случае, при наличии платежеспособного спроса и запроса на клиент-ориентированное отношение у части местного населения, значительно повысило качество родовспомогательных услуг в стране, при этом превратив элитарное явление едва ли не в обыденное.

Другой образец извлечения прибыли при отдаленно похожих обстоятельствах. В 2022 г. имел место бум прибытия в Аргентину беременных гражданок РФ на поздних сроках под видом туризма, а в действительности с целью получения гражданства для ребенка и в дальнейшем для его родителей (приобретение «хорошего» паспорта, дающего право безвизового или упрощенного въезда во многие страны, – получается автоматически по факту рождения там). Соответственно появились предприимчивые посредники, организующие перелет, проживание, легализацию и т. п., цинично помогающие воспользоваться лояльностью местного законодательства.

Абортный туризм возник, поскольку в некоторых странах прерывание беременности запрещено или существенно ограничено. Наиболее жесткие правовые ограничения применяются в ряде стран Африки, Южной Америки, Южной Азии. Так, в Иране аборт приравнен к убийству. В Европе есть 2 страны (Польша и Мальта), где прервать беременность по собственному желанию невозможно, а при наличии медицинских показаний сложно. Это приводит к формированию потоков медицинских туристок. Так, польки ездят в клиники соседних стран, где к тому же имеют возможность анонимного обращения и выбора способа – медикаментозный (фармакологический) или хирургический (инструментальный) аборт.

Медицинский туризм часто связан с проведением сложных высокотехнологичных операций (трансплантология, кардиохирургия, ортопедия). Пожалуй, наиболее ярким образцом успешной монетизация человеческого потенциала страны стала трансплантология.

Юридической базой для проведения трансплантации является Закон Республики Беларусь «О трансплантации органов и тканей

человека», который содержит правовые и организационные основы государственного регулирования в данной сфере. Может осуществляться пересадка целых органов, их фрагментов, комбинации клеток. Трансплантация становится чуть ли не рутинным методом, необходимым в определенных ситуациях для излечения и спасения человеческой жизни.

В начале 2000-х гг. Беларусь присоединилась к кругу государств, где развита трансплантология, и очень быстро заняла в этой области одно из лидирующих мест в регионе. Был создан республиканский научно-практический центр трансплантации органов и тканей в Минске, появились областные центры. К настоящему моменту белорусскими медиками накоплен огромный опыт, выполнены тысячи подобных операций.

По данным ВОЗ, в мире выполняется только 10 % от необходимого количества трансплантаций, что обусловлено очень высокой стоимостью такого лечения и недостатком донорских органов. В Республике Беларусь иностранцы полностью оплачивают операцию в валюте, что позволяет получать финансовые поступления, которые идут на развитие отечественной медицины. Беларусь приобрела авторитет на международном уровне, количество иностранцев, желающих произвести трансплантацию в Беларуси либо с участием белорусских врачей, ежегодно растет. Подобные операции стоят в Беларуси в разы меньше, чем в других странах, минимум юридических барьеров, поэтому данными услугами пользуются пациенты в том числе из РФ, Израиля и др.

Вакцинный туризм существует уже несколько десятилетий, но, безусловно, особый всплеск пережил в период пандемии коронавирусной инфекции нового типа. В основном отмечался выезд граждан Республики Беларусь в Республику Польша для вакцинации иммунобиологическими препаратами известных производителей с целью получения возможности дальнейших путешествий в период действия ограничительных противоэпидемических мероприятий.

Некоторые из перечисленных направлений недостаточно широко известны, а потому их потенциал недооценен. Стоит учитывать, что клиенты, в зависимости от специфики, покрывают расходы не только на само хирургическое вмешательство, все необходимые врачебные консультации и медицинские обследования, лекарственные препараты и изделия медицинского назначения, но и на трансферы, личное

страхование жизни и здоровья, визовую поддержку, мобильную связь, персональное сопровождение русскоговорящего консультанта, перевод, размещение в отдельных комфортабельных палатах с питанием, проживание компаньона (родственник / друг) и организацию его времяпрепровождения. Предоставление пакетов дополнительных услуг обеспечивает мультипликационный эффект при экспорте собственно медицинских услуг. Поэтому неизбежным является сетевое сотрудничество и даже аффилированность заинтересованных организаций [4].

Любой турпродукт, особенно касающийся здоровья и красоты, помимо массовости и доступности, становится кастомизированным и персонифицированным, максимально учитывая запросы конкретного потребителя. Современные программные средства позволяют формировать «динамические пакеты», включающие выбранные самим клиентом наборы услуг, а также подбирать наиболее подходящие исходя из пола, возраста, медицинских показаний, сезона, продолжительности, семейного статуса, располагаемого бюджета и уровня допустимых трат, личных предпочтений, требуемого уровня основного и сопутствующего сервиса и иных параметров.

К концу XX в. произошла смена парадигмы санаторно-курортного лечения, изменилось восприятие санаторных учреждений – из загородных клиник повышенной комфортности они трансформировались в СПА-отели и полифункциональные центры, предоставляющие широкий ассортимент лечебно-оздоровительных и рекреационных услуг. Идя навстречу запросам клиентов, предлагаются программы с разной длительностью пребывания (от 1–3-дневных туров выходного дня до полноценного лечения и реабилитации в течение нескольких недель). Все большее распространение получает формат MedicalSPA, т. к. интенсивный ритм жизни и трудовой деятельности современного человека порождает необходимость максимального восстановления в сжатые сроки.

Рассчитывая на охват широкого круга потребителей (целевая аудитория становится все более разнообразной и размытой), приходится изощряться, постоянно разрабатывая новые решения. Отсюда ставший нормой пакетный принцип с предложением различных вариантов целевых комплексных программ («Антистресс», «Здоровый позвоночник», «Жизненная энергия», косметические программы «Афродита», «Антицеллюлит», Anti-Age и т. п.). Опять же, в силу разниц ментальности и культурной среды – если, например, для жителей

КНР скученность не будет представляться проблемой, то для путешественников, ищущих уединения и контакта с нетронутой природой, предпочитаемым средством временного размещения с большей вероятностью станет отдельно стоящий гостевой домик. Все это требует дифференцированного подхода к разным контингентам клиентов в условиях высококонкурентной среды.

Индивидуализация обслуживания как общепринятая тенденция сервисной ориентированности (предвосхищать, распознавать и удовлетворять запросы потенциальных клиентов) вкупе с ужесточением санитарно-гигиенических требований и превентивно-противоэпидемических соображений (учитывая неизбежно возрастающие эпидемические угрозы в будущем) требует принятия новых и пересмотра существующих организационных и архитектурно-планировочных решений.

Традиционно санатории и больницы проектировались с корпусами максимальной вместимости, превратившись, по сути, в крупные медицинские комбинаты. Окупаемость крупных инвестиций в дорогостоящее оборудование требует значительных и устойчивых потоков отдыхающих. Тем не менее имеет смысл эластичная переориентация на более камеральную обстановку, пространственно-временное разделение потоков с минимизацией количества пересечений и снижения вместимости (касается массовых скоплений людей в закрытых помещениях – от заселения номеров до поточной системы приема пищи, прохождения групповых процедур и т. п.). Возможно, вплоть до ухода от ставшей популярной в последние годы системы «шведский стол», изменения принятой системы рассадки в обеденных залах для соблюдения разумного физического дистанцирования.

Надо отметить, что белорусские санаторно-курортные учреждения достойно ответили на беспрецедентные вызовы пандемии, оперативно отреагировали сменой формата оказания услуг, проведением регулярной санобработки и т. д.

С учетом совокупности экстраординарных событий последних лет следует учитывать также новые обстоятельства. Кризисные проявления помогут проверить способность отрасли гибко реагировать и адаптироваться к изменившимся условиям хозяйствования. Можно предположить, пусть и в некоторой мере вынужденный, сдвиг потребительских предпочтений в пользу поездок на близкие расстояния, поэтому следует ожидать возрастания роли внутреннего туризма.

По-прежнему остается диспаритет с ориентацией на жителей постсоветского пространства – лишь каждый шестой приезжающий из стран дальнего зарубежья. Причинами являются географическая близость, наличие транспортных связей, отсутствие языкового барьера для жителей бывшего СССР. Моноструктура экспорта санаторно-курортных услуг (граждане РФ составляют до 90 % отдыхающих иностранцев) дает кратковременную выгоду, но ограничивает устойчивое развитие в долгосрочной перспективе, делая санаторно-курортную систему чрезвычайно зависимой от волатильности в регионах с труднопредсказуемыми векторами развития и нестабильной платежеспособностью значительных слоев населения.

Существенным недостатком и неразрешимой проблемой, несмотря на некоторые положительные подвижки в последние годы, для многих санаторно-курортных учреждений и учреждений здравоохранения Беларуси является отсутствие полноценных иноязычных версий интернет-сайтов (стандартом должно стать дублирование информации как минимум на английском языке, а в идеале еще и на немецком, китайском, польском, арабском). Без этого трудно рассчитывать на реальную диверсификацию туристических потоков.

Беларусь располагает отличными условиями для медицинского и лечебно-оздоровительного туризма: относительно удобное географическое положение, наличие природных лечебных факторов (месторождения лечебных грязей, минеральных вод, хвойные леса, живописные ландшафты и т. п.), сеть специализированных санаторно-курортных и лечебно-профилактических учреждений разного уровня комфорта, обладающих высококвалифицированным медицинским персоналом и современным оборудованием.

Сильные стороны въездного профильного туризма – суммарные затраты, приемлемое соотношение «цена-качество». Помехи – отсутствие устойчивого положительного имиджа (сложное первоочередное задание для странового и отраслевого маркетинга). Имеются и ограничивающие факторы, мешающие привлечению значительных потоков медицинских туристов и рекреантов в нашу страну на данном этапе, – особенности климата (его неустойчивость), транспортная коммуникация (отсутствие прямого железнодорожного сообщения скоростными поездами дальнего следования с крупнейшими европейскими городами и хабами региона, лоукостов), визовые и таможенные формальности (кроме лиц, въезжающих по безвизовому режиму), специфический

имидж страны на мировой арене, недостаточная известность Беларуси как туристической дестинации в глобальном масштабе, не всегда соответствующий современным стандартам уровень сервиса, недостаточное владение сотрудниками отрасли английским языком. Все это приводит к сильной зависимости от конъюнктуры постсоветских рынков, в первую очередь, от российского. Многие из этих трудностей относительно легко преодолимы на основании использования передового опыта при более широком использовании современных технологий, в т. ч. информационно-компьютерных, использовании инновационных и креативных методов продвижения и т. д. Республика Беларусь вполне конкурентоспособна на глобальном рынке медицинского и лечебно-оздоровительного туризма по соотношению «цена – качество» услуг, месторасположению, компактности, поэтому развитие въездного туризма имеет радужные перспективы [5].

Следует развивать более широкий спектр сопутствующих услуг (оказание иных видов высококвалифицированной помощи, в т. ч. комплексное стационарное лечение, диагностические обследования, организация досуга, включая сопровождающих лиц, разнообразие анимационно-досуговых и культурно-развлекательных компонентов).

По мере нормализации геополитической обстановки, разрядки международной напряженности и устранения ограничивающих факторов необходима будет оптимизация процессов функционирования отрасли. Абсолютно очевидно, что более прагматичный подход требует продуктовой и географической диверсификации экспорта медицинских и санаторно-курортных услуг.

В связи с вышеизложенным основными векторами для дальнейшего развития медицинского и лечебно-оздоровительного туризма с финансовой и имиджевой точек зрения являются:

экспертная ревизия резервов роста отрасли для изыскания возможностей всеобъемлющего охвата ниш, приоритизации специализаций и концентрации на приоритетных рынках и направлениях;

введение как демонстрации открытости и доброй воли безвизового режима пребывания, даже в одностороннем порядке, для граждан экономически высокоразвитых стран, безопасных в миграционном и эпидемиологическом отношении (Западная и Центральная Европа, Северная Америка, Япония, Ю. Корея, Израиль), по крайней мере, при наличии выкупленной путёвки в белорусские санаторно-курортные организации или договоров с учреждениями здравоохранения;

налаживание и расширение географии прямого (беспересадочно-го) или с удобными стыковками транспортного сообщения, в первую очередь авиасообщения. Развивать сеть регулярного прямого транспортного сообщения на потенциально массовых направлениях, включая бюджетные авиалинии, скоростные поезда с прохождением погранично-таможенных формальностей без задержки по ходу движения;

получение сертификатов международных аккредитаций для прояснения соотносимости качества и уровня услуг;

проведение модернизации инфраструктуры, редизайна сайтов и ребрендинга организаций в рамках единой рекламной стратегии способны упрочить позиции белорусских санаторно-курортных и оздоровительных учреждений на внутреннем и международном рынке в условиях возрастающей конкуренции в постковидную эпоху.

### Список литературы

1. Решетников, Д. М. Санаторно-курортное хозяйство Беларуси / Д. М. Решетников, А. Н. Решетникова // Наука и инновации. – 2013. – № 7. – С. 24–28.
2. Траскевич, А. Г. Анализ конкурентоспособности санаторно-курортного сегмента туристической индустрии Беларуси / А. Г. Траскевич // Медицинские новости. – 2017. – № 7. – С. 48–57.
3. Health-Oriented Tourists and Sustainable Domestic Tourism [Electronic resource] / T. J. Lee, J.-S. Han, T.-G. Ko // Sustainability. – 2020. – № 12, 4988. – Mode of access: [www.mdpi.com/journal/sustainability](http://www.mdpi.com/journal/sustainability). – Date of access: 30.05.2021.
4. Теория и методика формирования и развития медицинского туризма региона на основе кластерного подхода / А. В. Дерябин [и др.] – Челябинск, 2018. – 95 с.
5. Сабило, В. А. Анализ использования информационно-компьютерных технологий в продвижении санаторно-курортного продукта / В. А. Сабило, М. В. Пуренок // Человек. Здоровье. Окружающая среда : материалы респ. науч.-практ. конф. с междунар. участием, посв. гигиеническим аспектам первичной медицинской профилактики заболеваний, Минск, 24–25 окт. 2019 г. – БелМАПО, 2019. – С. 229–233.

## ВЕЛНЕС КАК НАПРАВЛЕНИЕ РАЗВИТИЯ САНАТОРНО-КУРОРТНОГО ПРОДУКТА РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ

А. Н. Решетникова<sup>1</sup>, Д. В. Давыдович<sup>2</sup>

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

<sup>1</sup>ansu@mail.ru, <sup>2</sup>davydovichdarya@gmail.com

**Аннотация.** В статье представлены основные направления развития санаторно-курортного продукта Республики Беларусь на основе концепции велнес. Выявлены ключевые особенности, факторы и тренды развития велнес-индустрии, направленные на формирование целостного подхода к здоровью. Проведен контент-анализ с целью изучения представленности велнес-услуг в структуре предложения санаториев Республики Беларусь, показавший доминирование лечебных и реабилитационных программ и низкую степень представленности услуг профилактики и оздоровления, соответствующих целевым установкам концепции велнес. С учетом современных требований рынка лечебно-оздоровительного туризма профилактическая направленность и комплексный характер велнес-программ могут стать основой для инновационного развития санаторно-курортного продукта белорусских здравниц.

**Ключевые слова:** велнес-концепция, санаторий, Республика Беларусь, санаторно-курортный продукт, велнес-индустрия, профилактика, лечебно-оздоровительный туризм.

**Образец цитирования:** Решетникова, А. Н. Велнес как направление развития санаторно-курортного продукта Республики Беларусь / А. Н. Решетникова, Д. В. Давыдович // Перспективы развития туризма в современных условиях: мировые тенденции и региональные контексты : материалы III Междунар. науч.-практ. конф., Минск, 2023 / Национальное агентство по туризму ; редкол.: И. Н. Воронович (предс.) [и др.]. – Минск, 2023. – С. 264–273.



# WELLNESS AS A DIRECTION OF DEVELOPMENT THE HEALTH RESORT PRODUKT OF THE REPUBLIC OF BELARUS

A. Reshetnikova<sup>1</sup>, D. Davydovich<sup>2</sup>

Belarusian State University,  
Niezaliežnasci Avenue, 4, 220030, Minsk, Belarus,  
<sup>1</sup> anbsu@mail.ru, <sup>2</sup> davydovichdarya@gmail.com

**Annotation.** The article reviews the main directions of development of the health resort product of Belarus based on the concept of wellness. The key features, factors and trends in the development of the wellness industry aimed at ensuring the integrity of health care are identified. A content analysis was carried out in order to study the representation of wellness services within the offer of sanatoriums of the Republic of Belarus, which showed the dominance of medical and rehabilitation programs and the low level of representation of prevention services that form the targets of the wellness concept. Taking into account the modern requirements of the health tourism market, the preventive orientation and the comprehensive nature of wellness programs can become the basis for the innovative development of the sanatorium and resort product of Belarusian health resorts.

**Keywords:** wellness-concept, sanatorium, Belarus, health resort product, wellness-industry, prevention, health and wellness tourism.

**For citation:** Reshetnikova, A. Wellness as a direction of development the health resort product of the Republic of Belarus / A. Reshetnikova, D. Davydovich // Prospects of tourism development in modern conditions: global trends and regional contexts : materials of the III Int. sci.-pract. conf., Minsk, 28 Sept. 2023 / National Agency for Tourism ; ed.: I. Voronovich (chair.) [et al.]. – Minsk, 2023. – P. 264–273.

Развитие мировой велнес-индустрии представляет собой процесс расширения предложения услуг, направленных на поддержание и улучшение здоровья человека, связанный с растущим интересом общества к здоровому образу жизни. Велнес охватывает широкий спектр таких видов деятельности, как физическая активность, правильное питание, работа над улучшением психического состояния, социальная активность и пр. В современном обществе достижение

и поддержание хорошего самочувствия стало первостепенной задачей для людей, стремящихся к полноценной и сбалансированной жизни. Потребность сохранять активность и здоровье с помощью превентивных (профилактических) мер диктуют и экономические обстоятельства: быстрое увеличение доли лиц старшего возраста в структуре населения, усиление конкуренции на рынке труда.

Велнес-индустрия охватывает широкий спектр продуктов, услуг и практик, направленных на укрепление физического, психического и социального благополучия, а также духовного роста. Одной из ключевых причин роста масштабов велнес-индустрии является признание взаимосвязи между различными аспектами хорошего самочувствия: физическое здоровье неразрывно связано с психическим и социальным благополучием, пренебрежение одним аспектом может иметь негативные последствия для других. Велнес-концепция является комплексным подходом, учитывающим целостную природу хорошего самочувствия, что делает актуальным внедрение велнес-услуг в структуру обслуживания предприятий лечебно-оздоровительного туризма.

Комплексное внедрение основных элементов велнес-концепции (физическое, психическое, социальное, духовное благополучие) формируют основу для развития инновационных программ в структуре лечебно-оздоровительных услуг. Физическое благополучие включает здоровый образ жизни, правильное питание, умеренную физическую активность и регулярные медицинские обследования. Профилактика заболеваний требует активного внедрения в структуру услуг методов и программ превентивной медицины. Психическое благополучие подразумевает управление стрессом, психологическую поддержку и развитие эмоционального интеллекта – в постковидный период данное направление обретает особую актуальность и является неотъемлемой частью велнес-программ. Социальное благополучие включает социальную поддержку, активное участие в социальных мероприятиях и установление качественных отношений с близкими, друзьями и коллегами. Духовное благополучие подразумевает поиск смысла жизни, развитие духовности и гармонии в себе и в окружающем мире. Экологическое благополучие требует обеспечения высокого качества среды и ее сохранения [2, 3]. Большинство данных аспектов велнес-концепции могут найти комплексную реализацию в структуре санаторно-курортного продукта и способствовать его диверсификации.

Современные социологические исследования показывают, что потребители становятся все более осведомленными о здоровом образе жизни и уделяют больше внимания своему физическому и психическому здоровью. В результате этого спрос на продукты и услуги велнес-индустрии растет [3]. Велнес-индустрия является одним из наиболее динамично развивающихся сегментов мировой экономики, ее рост продолжается, несмотря на сдерживающие экономические и глобальные вызовы. До спада, вызванного пандемией COVID-19, объем доходов велнес-индустрии в течение последнего десятилетия рос быстрее, чем мировой ВВП, достигнув максимума в 4,9 трлн долл. США (5,6 % мирового ВВП) в 2019 г. [1].

Тенденции развития мировой велнес-индустрии, формирующиеся под влиянием экономических, социальных, демографических, технологических факторов, представлены ниже.

- **Рост услуг в сфере ментального велнеса.** Последствия COVID-19 привели к появлению специализированных программ поддержки и восстановления ментального здоровья. Предприятия велнес-индустрии сформировали пакеты услуг, связанных с поддержкой и восстановлением психического здоровья, которые включают консультации со специалистами, медитации и физические упражнения для поднятия настроения и др. Программы «мягкого» вмешательства, такие как медитация, дыхательная гимнастика и холистическая практика, пользуются высокой популярностью на мировом рынке.
- **Активное развитие фитотерапевтических велнес-программ, основанных на аутентичной медицине с акцентом на ментальном здоровье:** методы ароматерапии, цветочной терапии, гомеопатии и др.
- **Цифровизация.** На мировом рынке велнес-индустрии появляются инновационные предложения, призванные помочь потребителям следить за своим здоровьем и своевременно обращаться за необходимой помощью: мобильные приложения для занятий фитнесом в домашних условиях, приложения по отслеживанию системы питания, видеокурсы по оздоровлению; смарт-татуировки, в которых используются датчики, вводимые в кожу и изменяющие цвет для отслеживания таких показателей, как уровень глюкозы и температура тела и т. п.

- **Повышенное внимание к качеству сна.** Урбанизация, пандемия, психические расстройства – факторы роста проблем со сном. Улучшение качества сна становится важным трендом в развитии оздоровительных программ, затраты на исследования в данной области в развитых странах за последние 3 года выросли на 65 %.
- **Усиление ценовой сегментации мирового рынка велнес-услуг:** активно продвигаются и расширяются услуги премиум-класса для покупателей с высоким уровнем дохода и формируются «урезанные» предложения для остальных потребителей. Основная аудитория мировой велнес-индустрии – потребители с высоким и выше среднего уровнем дохода, что побуждает велнес-компании наращивать прибыль, подталкивая клиентов к более дорогим версиям своих продуктов. Негативной стороной данного тренда является снижение доступности велнес-услуг для категорий граждан с более низкой платежеспособностью [3].

Велнес-услуги являются инновационным направлением развития индустрии лечебно-оздоровительного туризма в Республике Беларусь. Санаторно-курортные и оздоровительные учреждения страны предлагают различные программы, способствующие оздоровлению и реабилитации организма. Ряд услуг тесно связан с концепцией велнес: широко представлены в структуре предложений здравниц процедуры бальнеотерапии, грязелечения, комплексные спа-программы, занятия фитнесом, курсы здорового питания, косметологические процедуры и программы, направленные на сохранение красоты и омоложение. В санаториях Беларуси в постковидный период все больше внимания уделяется развитию услуг, которые направлены на поддержание ментального здоровья, таких как йога, медитация [4]. Тем не менее большинство предлагаемых программ не носит комплексный характер и направлено на поддержание какого-либо одного или двух аспектов хорошего самочувствия.

С целью изучения представленности велнес-услуг в структуре предложений санаториев Республики Беларусь авторами проведен контент-анализ информационных материалов, размещенных на сайтах 70 санаториев страны. Одна из задач контент-анализа заключалась в определении того, каким образом содержание велнес-концепции отражается в информационных материалах об услугах, предоставляемых

белорусскими здравницами. Ключевыми терминами – индикаторами, использованными в процессе анализа, являлись «велнес», «wellness», «спа», «spa», «оздоровление», «профилактика», «индивидуальный подход».

В настоящее время в Республике Беларусь не представлена нормативная правовая база, регламентирующая принадлежность тех или иных услуг к категории «велнес». Только у 16 % санаториев Беларуси в информационных материалах веб-сайтов присутствует данное понятие, что свидетельствует в первую очередь о низкой осведомленности как производителей, так и потребителей услуг относительно идей велнес-концепции. Понятие «велнес» редко используется санаториями Беларуси в позиционировании услуг и лечебных программ, что не соответствует современным тенденциям развития мирового рынка лечебно-оздоровительного туризма.

Внедряя велнес-программы, санаторно-курортные предприятия имеют возможность привлечения новых сегментов потребителей, например молодежной аудитории, у которой подобные программы могут пользоваться повышенным спросом, семейных пар среднего возраста с высоким уровнем дохода, отдыхающих возрастной категории 50+, которые заинтересованы в сохранении здоровья и высокого уровня работоспособности.

В период после пандемии при сохранении угрозы новых эпидемий профилактическая направленность и комплексный характер велнес-программ могут стать основой для инновационного развития санаторно-курортного продукта белорусских здравниц. При этом формирование подобных программ не будет сочетаться с высокими затратами для санаторно-курортных учреждений страны, так как базовые их элементы уже присутствуют в предложениях многих здравниц, но в виде отдельных услуг, и не сопровождаются соответствующим позиционированием.

Контент-анализ показал, что наиболее часто используемыми терминами, отражающими элементы велнес-концепции в информации об услугах белорусских здравниц, являются «спа» и «оздоровление» (см. табл.). В 67 % случаев термин «спа/spa» используется для продвижения услуг релаксации и косметологии. Спа-услуги широко представлены в структуре предложений предприятий лечебно-оздоровительного туризма Беларуси как более адаптированные и понятные по содержанию потенциальному потребителю.

**Элементы велнес-концепции в структуре предложения санаториев  
Республики Беларусь**

<b>Термин-индикатор</b>	<b>Количество санаториев, где в информационных материалах сайта присутствует исследуемый контент</b>	<b>Удельный вес санаториев, где в информационных материалах сайта присутствует исследуемый контент, %</b>
Велнес/wellness	11	16
СПА/SPA	47	67
Оздоровление	63	90
Профилактика	36	51

Источник: составлено авторами по результатам контент-анализа.

Понятие «оздоровление» в информационном контенте сайтов санаториев встречается в 90 % случаев, в то время как упоминание термина «профилактика», который является основным элементом и идей велнес-концепции, имеет место в информации об услугах только 50 % здравниц. Это подтверждает фокусировку санаториев на лечении болезней, а не на профилактике заболеваний, которая является основной велнес-концепции. Соответствует данной ситуации и поведение потребителей. Материалы Республиканского центра по оздоровлению и санаторно-курортному лечению Республики Беларусь отражают структуру среднегодовых расходов потребителей на здравоохранение (2022 г.): доля затрат на лекарства и аптекарские товары составляет около 72 %, медицинские услуги – около 24 %, санаторно-курортное обслуживание – менее 4 %.

Тема индивидуального подхода, соответствующего концепции велнес, также слабо продвигается в информации об услугах здравниц: только 50 % сайтов санаториев уделяют внимание данному аспекту. В белорусских санаториях индивидуальный подход всегда превалировал над программным обслуживанием, однако как элемент позиционирования продукта санатории это пока слабо используют. В соответствии с установками концепции велнес данный подход может быть усилен через разработку индивидуальных схем питания, физической активности, психологических реабилитационных программ в зависимости от характеристик состояния здоровья конкретного отдыхающего. К инновационным направлениям развития продукта в данном ключе можно отнести первые программы биохакинга: санаторий «Плисса» предлагает инновационную программу «Биохакинг премиум», которая подразумевает оценку текущего состояния

здоровья человека с помощью комплексной диагностики, индивидуальную программу очищения и детоксикации организма и профилактики заболеваний.

Формирование у потребителей потребности в сохранении здоровья и улучшении его качества с учетом трех основных аспектов, выделяемых Всемирной организацией здравоохранения (здоровья физического, психического и социального), а также создание и продвижение соответствующих программ – важная задача санаторно-курортного комплекса Республики Беларусь.

По оценкам авторов, в 2022 г. только 11 из 70 санаторно-курортных предприятий Республики Беларусь заявили о присутствии услуг «велнес» в программах, представленных на сайтах: санатории «Альфа Радон», «Юность», «Белая Вежа», «Ружанский», «Нафтан», «Березка», «Веста», «Журавушка», «Ислочь», «Сосны», «Солнечный берег». Из 11 предприятий только у 5 санаториев существуют комплексные велнес-программы в структуре предложения. Содержание велнес-программ здравниц имеет схожие компоненты, включая услуги кинезитерапии, бальнеогрязелечения, ароматерапии, подбор диетического меню, а также различные спа-процедуры.

Предприятия, которые внедрили в свои программы услуги велнес, делают акцент на поддержании физического здоровья, однако велнес-концепция также подразумевает восстановление ментального здоровья и работу над улучшением психического состояния отдыхающих, что особенно актуально после пандемии. Данный аспект велнес-концепции пока слабо представлен в программах большинства санаторно-курортных организаций. Исключением являются санатории премиум-класса «Альфа Радон», «Юность», где активно развиваются программы восстановления и укрепления здоровья, которые включают в себя не только лечебные процедуры, но и комплексные программы здорового питания, спортивных тренировок и психологической поддержки. Примером могут служить программы «Anti-Stress», «Detox and energy» санатория «Альфа Радон», который предлагает также различные инновационные услуги по восстановлению ментального здоровья, одной из которых является проведение арт-терапии во время прохождения велнес программы «Get Away». Также близки концепции велнес-программы «Экспресс-Антистресс», «Детокс, тонус, стройность» санатория «Юность», «Wellness против целлюлита» санатория «Сосны» Нарочанской курортной зоны.

На белорусском рынке также существуют санатории, которые не заявляют о позиционировании в сегменте «велнес», но предлагают программы йоги, психологической реабилитации, аутентичные практики, которые создают основу для дальнейшей реализации данного инновационного направления: «Белорусочка», «Криница», «Солнечный берег», «Журавушка».

К числу перспективных направлений развития велнес-концепции в структуре предложений санаторно-курортных учреждений Беларуси можно отнести:

- формирование комплексных велнес-программ, продвижение концепции велнес, ее элементов и ценностей среди потребителей санаторно-курортных услуг; включение в структуру предложения элементов образовательных программ с целью распространения идеи велнес и целостного здоровья в обществе;

- развитие профилактического направления в структуре продукта с акцентом не только на физическое, но и на психоэмоциональное состояние человека;

- комплексное использование методов доказательной и традиционной медицины, что может стать основой для дифференциации санаторно-курортного продукта. Формирование уникальных аутентичных велнес-программ, связанных с местными природными лечебными ресурсами, продуктами питания, местными целительскими практиками (фитотерапия, ароматерапия и др.), духовными традициями.

Таким образом, проведенный контент-анализ сегмента велнес-услуг в структуре предложения санаториев Республики Беларусь показал, что санатории в настоящее время фокусируются на программах лечения и реабилитации, в то время как профилактические программы менее представлены в структуре их предложений. В программах здравниц слабо представлен целостный подход к здоровью, который является ключевым элементом концепции велнес, охватывающей физическое, психическое и социальное благополучие человека. Велнес-концепция нацелена на профилактику и улучшение качества самочувствия здорового человека, что дает возможность отнести ее к новому инновационному для белорусского рынка лечебно-оздоровительного туризма направлению, которое может привлечь потребителей с учетом современных факторов социально-экономического, экологического, эпидемиологического характера. Развитие в структуре предложения сегмента велнес-услуг позволит создать здравницам их



уникальное предложение и усилить позиции на рынке лечебно-оздоровительных услуг.

### Список литературы

1. Global Wellness Economy Monitor 2021 [Electronic resource] // Global Wellness Institute. – Mode of access: [https://globalwellnessinstitute.org/wp-content/uploads/2021/11/GWI-WE-Monitor-2021\\_final-digital.pdf](https://globalwellnessinstitute.org/wp-content/uploads/2021/11/GWI-WE-Monitor-2021_final-digital.pdf). – Date of access: 03.11.2022.
2. Global Wellness Trends Report: The Future of Wellness 2021 [Electronic resource] // Global Wellness Institute. – Mode of access: <https://globalwellnessinstitute.org/initiatives/wellness-tourism/wellness-tourism-initiative-trends>. – Date of access: 03.11.2022.
3. The «Premiumization» of the Wellness Market [Electronic resource] // Global Wellness Institute. – Mode of access: <https://globalwellnessinstitute.org/global-wellness-institute-blog/2023/03/28/the-premiumization-of-the-wellness-market-a-worrisome-trend>. – Date of access: 16.04.2023.
4. Решетникова, А. Н. Инновационные направления развития лечебно-оздоровительного туризма в период пандемии COVID-19 / Е. В. Конон, А. Н. Решетникова // Международные отношения: история, теория, практика : материалы XII науч.-практ. конф. молодых ученых фак. междунар. отношений Белорус. гос. ун-та, г. Минск, 3 февр. 2022 г. / Белорус. гос. ун-т ; редкол.: Е. А. Достанко (гл. ред.) [и др.]. – Минск : БГУ, 2022. – С. 427–432.

## **ИСТОРИЧЕСКИЕ ШКОЛЫ КАК ФОРМА ОБУЧЕНИЯ МЕТОДИКЕ ПАТРИОТИЧЕСКОГО ТУРИЗМА МОЛОДЕЖИ**

**А. П. Соловьянов**

Научно-исследовательский институт теории и практики  
государственного управления Академии управления  
при Президенте Республики Беларусь,  
ул. Московская, 17, 220007, г. Минск, Беларусь, s198028@mail.ru

**Аннотация.** В статье рассматриваются вопросы организации патриотического туризма молодежи на примере проведенных школ историков. Автором разбираются некоторые аспекты подготовки и переподготовки учителей и преподавателей. Отмечается важность патриотического туризма для учебного и воспитательного процесса в учреждениях высшего образования и школах.

**Ключевые слова:** молодежь, патриотический туризм, история, воспитание, подготовка.

**Образец цитирования:** Соловьянов, А. П. Исторические школы как форма обучения методике патриотического туризма молодежи / А. П. Соловьянов // Перспективы развития туризма в современных условиях: мировые тенденции и региональные контексты : материалы III Междунар. науч.-практ. конф., Минск, 28 сент. 2023 г. / Национальное агентство по туризму ; редкол.: И. Н. Воронович (предс.) [и др.]. – Минск, 2023. – С. 274–281.

## **HISTORICAL SCHOOLS AS A FORM OF TEACHING THE METHODOLOGY OF YOUTH PATRIOTIC TOURISM**

**A. Solovyaynov**

Center for Public Administration and Social Development Studies  
at the Research Institute of Theory and Practice of Public Administration,  
Moskovskaya Street, 17, 220007, Minsk, Belarus, s198028@mail.ru

**Annotation.** The article deals with the organization of patriotic tourism of youth on the example of the conducted schools of historians. The author analyzes some aspects of the training and retraining of teachers and lecturers. The importance of patriotic tourism for the educational and educational process in institutions of higher education and schools is noted.

**Keywords:** youth, patriotic tourism, history, education, training.

**For citation:** Solovyyanov, A. Historical schools as a form of teaching the methodology of youth patriotic tourism / A. Solovyyanov // Prospects for the development of tourism in modern conditions: global trends and regional contexts : materials of the III Int. sci.-pract. conf., Minsk, 28 Sept. 2023 / National Agency for Tourism ; ed.: I. Voronovich (chair.) [et al.]. – Minsk, 2023. – P. 274–281.

В последние годы патриотический туризм становится все более популярным. Все больше групп школьников и студентов посещают Брестскую крепость, музей истории Великой Отечественной войны, Хатынь и другие памятные места. Во время таких посещений учащиеся не просто учат материал по книгам, а имеют возможность ощутить историю, проникнуться духом тех времен и получить важный эмоциональный опыт.

Среди 14 видов туризма, развиваемых в Беларуси, патриотический выделяется как разновидность культурно-познавательного. В нем сделан уклон на посещение мест, связанных с определенными событиями в истории страны. Это объекты, рассказывающие о подвиге белорусского народа в годы Великой Отечественной войны. Сюда же можно причислить и маршруты, относящиеся к истории Первой мировой войны (например, Сморгонь и окрестности) и Отечественной войны 1812 года. По заказу Национального агентства по туризму разрабатываются туристические маршруты, но каждая область и район дополнительно создают и свои. Акцент делается на школьниках и молодежи [1].

Посещение школьниками и молодежью мест исторической памяти крайне важно для их патриотического воспитания. Учащиеся должны не только прочитать учебник, но и побывать на местах сражений и скорби, посетить музеи и экспозиции. Таким образом формируется целостность представления об исторических событиях, в том числе и о Великой Отечественной войне. Организация и проведение таких мероприятий ложится, как правило, на учителей истории,

особенно в сельской местности. В этой связи встает вопрос об обучении и переподготовке учителей школ и преподавателей высших учебных заведений. Данная работа должна вестись еще на этапе обучения студентов в высших учебных заведениях. Преподавательский состав, соответственно, также обязан владеть соответствующей методикой и знаниями. Однако на практике, в учебных программах соответствующие разделы, как правило, отсутствуют, да и многие преподаватели имеют смутные представления об историко-патриотическом туризме детей и молодежи. Дело ограничивается педагогической практикой студентов в летних лагерях и школах. Образуется существенный пробел.

На 63-м заседании постоянно действующего семинара при Парламентском Собрании Союза Беларуси и России по вопросам строительства Союзного государства «Историко-патриотический туризм как эффективное средство воспитания детей и молодежи Союзного государства», прошедшего 20–21 мая 2021 г., отмечалось, что совершенствование деятельности учреждений образования важно осуществлять через активное включение молодежи во всестороннее изучение историко-культурного наследия и военно-исторического прошлого родного края. На данном мероприятии поднимался вопрос подготовки и переподготовки соответствующих кадров. По итогам обсуждений были предложены следующие рекомендации:

- обеспечить подготовку высококвалифицированных специалистов по организации историко-патриотического туризма в рамках программ дополнительного образования и бакалавриата по направлению 43.03.02 «Туризм». Необходима разработка комплексной программы, включающей такие дисциплины, как «Педагогика», «Культурология», «История», «Социология», «Этика», «Маркетинг», «Психология», «Основы финансовой деятельности и экономики»;

- рассмотреть целесообразность создания на базе учебной образовательной структуры центра по координации историко-патриотического туризма с возможной реализацией программ ДПО (подготовка и переподготовка);

- в вузах в рамках общественно-политических дисциплин необходимо сделать обязательным практический модуль по краеведению с историко-патриотическим уклоном;

- в рамках Государственной программы воспитания рассмотреть возможность обязательной ее частью элементы историко-патриотического туризма и в первую очередь военно-исторического туризма [2].

Однако для выполнения данных рекомендаций, даже если они будут приняты соответствующими ведомствами, потребуется весьма продолжительное время. Кроме того, учителям, молодым преподавателям часто не хватает теоретической базы.

Актуальным в этой связи становится проведение обучающих школ для студентов, вузовских преподавателей и исследователей. На таких мероприятиях дается теоретическая и методическая база, а также практикуется посещение музеев, памятников истории и т. д. Примером могут стать школы молодых ученых историков стран СНГ. Благодаря инициативе Ассоциации Институтов истории стран СНГ во главе с научным руководителем Института всеобщей истории Российской академии наук академиком А. О. Чубарьяном данные школы ежегодно проводятся в различных странах на постсоветском пространстве.

Подобная школа, посвященная истории Великой Отечественной войны, стала традиционно проходить и на базе Института истории НАН Беларуси. Так с 14 по 23 июня 2010 г. в Минске состоялась летняя школа молодых ученых – историков стран СНГ по теме «Актуальные проблемы Второй мировой и Великой Отечественной войн (к 65-летию Великой Победы)». Проводилась данное мероприятие под патронажем Межгосударственного фонда гуманитарного сотрудничества государств – участников СНГ. В ней приняли участие студенты, молодые преподаватели вузов стран СНГ из Азербайджана, Армении, Беларуси, Казахстана, Кыргызстана, Молдовы, России, Таджикистана, Узбекистана, Украины. В ходе работы летней школы ряд исследователей из стран СНГ прочитали курс лекций по теме истории Великой Отечественной войны. Будущие учителя, вузовские преподаватели смогли ознакомиться с последними исследованиями, с методикой проведения и организации туристических маршрутов. Молодые ученые ознакомились с героической историей и достопримечательностями Минска, посетили мемориальный комплекс «Хатынь», Курган Славы, «Линию Сталина», мемориальный комплекс «Брестская крепость-герой» и др. Кроме того, был опубликован сборник материалов школы [3]. В дальнейшем данный опыт был успешно внедрен в учебный и воспитательный процесс и дал положительный эффект.

Поскольку школа прошла довольно удачно, было принято решение о проведении с 17 по 27 июня 2015 г. международной летней школы молодых ученых – историков стран СНГ «Советский Союз во Второй мировой войне: актуальные проблемы истории и исторической

памяти», посвященной 70-й годовщине победы советского народа в Великой Отечественной войне 1941–1945 гг. Данная международная школа историков проводилась Институтом истории Национальной академии наук Беларуси и Институтом всеобщей истории Российской академии наук под патронажем Межгосударственного фонда гуманитарного сотрудничества государств – участников СНГ. В ней приняли участие 85 участников из стран СНГ и даже Украины. В процессе проведения школы на лекционных занятиях обсуждались многочисленные темы: боевые действия на фронтах Великой Отечественной войны, нацистский оккупационный режим, геноцид населения СССР, антифашистская борьба на оккупированной территории, история Великой Отечественной войны в учебно-воспитательном процессе в школах, средних специальных учебных заведениях, вузах и другие. Молодые исследователи имели возможность ознакомиться с последними на тот момент научными и научно-популярными изданиями, к сожалению, часто не доступных в их вузах и библиотеках [4, 5, 6].

Участники школы посетили музей истории Национальной академии наук Беларуси, мемориальный комплекс «Хатынь», Белорусский государственный музей истории Великой Отечественной войны, Белорусский государственный музей народной архитектуры и быта «Строчицы», мемориальную экспозицию «Тростенец», Национальный исторический музей Республики Беларусь и др. Студенты и преподаватели, помимо просто ознакомления с экспозицией, получали навыки организаторской работы с большими группами участников туристических мероприятий.

В последующем маршруты для студентов исторических и других факультетов подбирались уже исходя из опыта проведения данных школ.

Кроме того, исходя из их положительного эффекта в рамках Российско-белорусской ассоциации историков «Союзная инициатива памяти и согласия» при поддержке Фонда содействия актуальным историческим исследованиям «Историческая память» 7–17 октября 2018 г. прошла международная школа молодых историков «Сожженные деревни: Хатынь и ее сестры».

На данном мероприятии акцент делался на изучении карательных операций оккупантов против мирного населения и партизан, рассматривались современные подходы к освещению истории населенных пунктов, сожженных и уничтоженных немецко-фашистски-

ми захватчиками и их пособниками на оккупированных территориях СССР и европейских стран в 1941–1945 гг. Также анализировались мероприятия штабов партизанского движения и партизанских формирований по защите мирного населения, деятельность районных комиссий содействия в работе Чрезвычайной государственной комиссии по установлению и расследованию злодеяний немецко-фашистских захватчиков на территории Беларуси, Украины и России, а также вопросы увековечения и сохранения памяти о сожженных деревнях в годы Великой Отечественной войны в образовательно-воспитательном процессе, литературе, искусстве, архивном деле и в музейных экспозициях. На основе лекций затем был издан сборник научных статей [7].

Поскольку все вышеперечисленные школы показали свою эффективность, было принято решение о проведении на базе Института истории НАН Беларуси в 2020 г. еще одной молодежной летней школы стран СНГ. Помимо этого, международную школу молодых историков «Сожженные деревни: Хатынь и ее сестры» планировалось сделать ежегодной. Однако данным планам помешала тяжелая эпидемиологическая ситуация. В настоящее время прорабатывается вопрос дальнейшей организации подобных школ.

Довольно часто в ходе совместных обсуждений исследователей встает вопрос о поисковом движении как форме историко-патриотического туризма, которое распространено в Российской Федерации. Как правило, проводятся поисковые земляные работы с участием школьников и молодежи, в ходе которых находятся останки бойцов и командиров Красной Армии. Уточняются их имена, производится поиск родственников, далее останки передаются представителям регионов России для захоронения.

В Беларуси подобные работы имеет право проводить только 52-й отдельный специализированный поисковый батальон Министерства обороны Республики Беларусь. Связано это с тем, что при выполнении земляных работ на местности не редко встречаются взрывоопасные предметы (противотанковые и противопехотные мины, гранаты, боеприпасы и др.), работать с которыми разрешается только специалистам-саперам. Кроме того, участники поисковых отрядов часто не имеют соответствующей подготовки по исследованиям, не владеют методикой проведения раскопок, не проводят подготовительной работы. Деятельность некоторых поисковых отрядов на

территории Беларуси и России приводила к печальным последствиям: нарушению захоронений более раннего периода или ранению и даже гибели участников.

Нам представляется более рациональной иная деятельность для школьников и молодежи. Так, достаточно положительным примером может служить уход за памятниками периода Великой Отечественной войны, помощь местным властям в их ремонте, уборке прилегающей территории. Значительно вырос интерес к туристическим походам по местам сражений. Некоторые школьники участвуют в конкурсах по написанию работ по истории родного края в период войны, студенты пишут рефераты. Проводится опрос местных жителей, составляются электронные и интерактивные карты. Например, в Беларуси ежегодно проводятся археологические школы для детей и молодежи, в ходе которых проводятся исследования под присмотром специалистов. Кроме того, гимназией № 174 г. Минска и Белорусским государственным педагогическим университетом имени Максима Танка проводится общереспубликанский конкурс школьных работ по истории Великой отечественной войны.

В целом нужно отметить положительную роль проведения различных молодежных школ по получению необходимых знаний по истории Великой Отечественной войны и наработке необходимых навыков организаторской работы. Студенты, молодые преподаватели и исследователи проходят обучение в наглядной форме по проведению историко-патриотического туризма школьников и студентов. Полученные сведения они успешно внедряют в образовательный процесс учреждений высшего образования и школ.

### Список литературы

1. Держанович, В. Какие возможности открывает патриотический туризм / В. Держанович // Беларусь сегодня. – 2022. – 14 июля.
2. Историко-патриотический туризм как эффективное средство воспитания детей и молодежи Союзного государства [Электронный ресурс] // Парламентское Собрание Союза Беларуси и России. – Режим доступа: <https://belrus.ru/info/istoriko-patrioticheskij-turizm-kak-effektivnoe-sredstvo-vospitaniya-detej-i-molodezhi-soyuznogo-gosudarstva>. – Дата доступа: 01.07.2023.



3. Актуальные проблемы Второй мировой и Великой Отечественной войн (к 65-летию Великой Победы) : материалы V Междунар. летней школы молодых историков стран СНГ, Минск, 14–23 июня 2010 г. / сост.: А. А. Коваленя, В. В. Данилович, М. Г. Жилинский ; редсовет: О. А. Чубарьян [и др.]. – Минск : Белорусская наука, 2010. – 431 с.
4. Вклад белорусского народа в победу в Великой Отечественной войне / А. М. Литвин [и др.] ; редкол.: А. А. Коваленя (гл. ред.) [и др.]. – Минск : Беларуская навука, 2015. – 495 с.
5. Крыварот, А. А. Узаемадзейне партызанскіх фарміраванняў Беларусі і Расіі ў гады Вялікай Айчыннай вайны / А. А. Крыварот. – Мінск : Беларуская навука, 2015. – 239 с.
6. Третьяк, С. А. Трудный путь к Победе / С. А. Третьяк. – Минск : Беларуская навука, 2015. – 287 с.
7. Сожженные деревни: Хатынь и ее сестры : сб. ст. / сост. В. Н. Надтачаев. – Минск, 2018.

# СОВРЕМЕННОЕ СОСТОЯНИЕ И ПОТЕНЦИАЛ ТУРИСТИЧЕСКОЙ ИНФРАСТРУКТУРЫ

УДК 338.48(476)

## РАЗВИТИЕ ТУРИЗМА В БЕЛАРУСИ В УСЛОВИЯХ ГЛОБАЛЬНЫХ ВЫЗОВОВ

**О. В. Верниковская**

Учреждение образования  
«Белорусский государственный экономический университет»,  
пр. Партизанский, 26, 220070, г. Минск, Беларусь,  
red\_ok@tut.by

**Аннотация.** В статье проанализировано современное состояние развития туризма Беларуси в условиях глобальных вызовов. Выявлены различные факторы и риски, влияющие на развитие туристической отрасли. Исследованы природно-туристический потенциал, перспективные виды и направления развития туризма, ожидаемые финансовые результаты.

**Ключевые слова:** туризм, устойчивое развитие, фактор, глобальные вызовы, виды туризма, природно-туристический потенциал.

**Образец цитирования:** Верниковская, О. В. Развитие туризма в Беларуси в условиях глобальных вызовов / О. В. Верниковская // Перспективы развития туризма в современных условиях: мировые тенденции и региональные контексты : материалы III Междунар. науч.-практ. конф., Минск, 28 сент. 2023 г. / Национальное агентство по туризму ; редкол.: И. Н. Воронович (предс.) [и др.]. – Минск, 2023. – С. 282–294.

# DEVELOPMENT OF TOURISM IN BELARUS IN THE CONDITIONS OF GLOBAL CHALLENGES

**O. Vernikovskaya**

Educational Institution «Belarusian State Economic University»,  
26, Partizansky Avenue, 220070, Minsk, Belarus, red\_ok@tut.by

**Annotation.** The article analyzes the current state of tourism development in Belarus in the face of global challenges. Various factors and risks affecting the development of the tourism industry have been identified. The natural tourism potential, promising types and directions of tourism development, and expected financial results have been studied.

**Keywords:** tourism, sustainable development, factor, global challenges, types of tourism, natural tourism potential.

**For citation:** Vernikovskaya, O. Development of tourism in Belarus in the conditions of global challenges / O. Vernikovskaya // Prospects for the development of tourism in modern conditions: world trends and regional contexts : materials of the III Int. sci.-pract. conf., Minsk, 28 Sept. 2023 / National Agency for Tourism ; ed.: I. Voronovich (chair.) [et al.]. – Minsk, 2023. – P. 282–294.

Туристическая отрасль – это не только одно из приоритетных направлений социально-экономического развития Республики Беларусь, но и отрасль, обеспечивающая поддержание здоровья населения, повышающая его культурный уровень, формирующая нравственные ценности и мировоззрение современного белорусского общества, сохраняющая историко- и культурно-природное наследие.

Во всем мире туризм приносит значительную прибыль и играет важную роль в экономике, а также дает возможность гражданам лучше познакомиться со своей землей и ее историей. Именно поэтому в нашей стране уделяется столь пристальное внимание развитию туристической отрасли. Страны, ориентированные на въездной туризм, активно наращивали его объемы и достигли максимальных показателей развития въездного туризма в 2019 г. накануне периода пандемии. В 2020 г. введение карантинных мер и запрета на въезд привели к сокращению въездного потока туристов кратно по сравнению с предыдущим годом (Тайвань – в 12 раз, Австрия, Германия, ОАЭ,

Великобритания и Северная Ирландия, Литва, Эстония – 4–5 раз, Кипр, Греция, Российская Федерация, Италия – 3,3–3,7 раза, Турция, Египет – в 2 раза). За этот период выезд населения с целью туризма за пределы более стремительно снижался в странах СНГ (в 6 раз), чем в странах вне СНГ (в 2,7 раза). Такие различия связаны с разными подходами стран к формированию политики въезда-выезда, развитию туристической отрасли, снижением доходов, падением уровня жизни населения и другими факторами. При этом отмечается рост въездного туризма в Таджикистане (1,5 раза), Узбекистане (1,7 раза), Армении (1,9 раза). Полагаем, что этому могло способствовать наличие туристического потенциала в виде нетронутых мест природы наряду с прочими факторами. Сегодня, по оценкам Всемирной туристской организации, восстановление туризма ускоряется и достигает 63 % допандемийного уровня. В 2022 г. более 900 млн туристов совершили международные поездки, что вдвое превышает уровень 2021 г. [1]. Такие тренды развития туристической индустрии наблюдаются во многих странах мира, в том числе и в Беларуси.

Вместе с тем туристическая отрасль permanently находится под влиянием негативных факторов, как внешних, так и внутренних: финансово-экономические кризисы, снижающие доходы населения и спрос на туристические услуги, а также различные ограничения, связанные с эпидемиологическими, политическими и экономическими ситуациями, возникающими в принимающих странах, и др.

В 2022 г. на смену ковидных ограничений на перемещение путешествующих пришли новые угрозы для туристической отрасли, связанные с санкционным давлением на Республику Беларусь (ограничение авиарейсов, сложность получения зарубежных виз, длительное ожидание при пересечении пограничных переходов и др.). Ситуация с ограничениями, связанными с пандемией COVID-19 и экономическими санкциями, явилась показательным примером и серьезным стимулом к развитию внутреннего туризма в Беларуси. Значимость развития внутреннего и въездного туризма отмечена в Государственной программе «Беларусь гостеприимная» на 2021–2025 гг. и выделена в качестве приоритетов наряду с повышением конкурентоспособности туристических услуг и продвижением национальных туристических брендов на мировом рынке [2]. Ключевыми документами, призванными содействовать созданию благоприятных условий для развития туризма в Республике Беларусь и удовлетворению

потребностей граждан в отдыхе и оздоровлении, являются подписанные главой государства 2 июня 2006 г. указы № 371 «О некоторых мерах государственной поддержки развития туризма в Республике Беларусь», № 372 «О мерах по развитию агроэкотуризма в Республике Беларусь», № 365 от 9 октября 2017 г. «О развитии агроэкотуризма».

Многообразие факторов, несомненно, отражается на изменении поведения туристов и в определенной степени влияет на формирование политики развития туристической отрасли, от которой зависит экономический результат деятельности туристических компаний. Авторы [1; 3] выделяют следующие тенденции в изменении потребительского поведения туристов и риски, с которыми сталкивается отрасль:

- усиленный фокус на безопасность – туристы ответственно относятся к выбору мест отдыха и путешествий, исходя из соответствия их эпидемиологической безопасности;

- ориентация на внутренний туризм с целью минимизации рисков для здоровья, сокращения расходов на путешествия;

- увеличение спроса на онлайн-потребление как следствие пандемийных ограничений. При этом турфирмы предлагают готовые пакетные решения посредством интернет-маркетинга, с одной стороны, с другой – потребитель с помощью развитых интернет-сервисов самостоятельно может выбрать турпродукт, что приводит к увеличению доли неорганизованного туризма;

- увеличение интереса к технологиям виртуальной реальности (VR) и дополненной реальности (AR). Это возможность компаниям разрабатывать виртуальные туры и экскурсии, тем самым расширяя список предоставляемых услуг;

- появление тревеллинга и других инновационных продуктов (создание глэмпингов);

- риски, связанные с обеспечением кадрами туристической отрасли. Снижение спроса туристов в пандемию повлекло сокращение персонала, и в условиях восстановления отрасли работодатели столкнулись с проблемами его недостатка, в том числе неквалифицированного, утечки информации вследствие увольнения работников, что сказывается на качестве оказываемых услуг, потере имиджа организации и снижении финансовых показателей.

Невзирая на ряд негативных факторов влияния на развитие туризма, туристическая отрасль Беларуси развивается достаточно

уверенными темпами и повышает свою узнаваемость на международном рынке туристических услуг. Если в 2003 г. доля туризма в валовой внутренний продукт Беларуси составляла всего 0,06 %, то в доковидном 2019 г. она выросла почти в 37 раз и достигла значения 2,2 %. В 2021 г. сводный целевой показатель экспорта туристических услуг в Республике Беларусь составил 129,9 млн долл. США. Стоимость оплаченных туров в 2021 г. составила 918 млн руб., тогда как в 2020 г. было 375 млн руб. Экономике туризма наполняют денежные потоки от въездного туризма. Страну посещают граждане более чем из 25 стран ближнего и дальнего зарубежья. В последнее десятилетие структура международных туристических потоков существенно улучшилась в пользу увеличения численности иностранных граждан, прибывающих в Беларусь. В допандемийный 2019 г. поток иностранных граждан вырос в 5,7 раза, в то время как отток граждан за пределы Беларуси – только в 2 раза. В 2020 г. по известным причинам въездные и выездные поездки туристов сократились в 3,3 раза по сравнению с 2019 г. В 2021 г. соотношение выезжающих за границу граждан Беларуси и выезжающих иностранных граждан составило 43,8 % к 56,2 % соответственно. Такая структура сохраняется последние пять лет. При этом средняя продолжительность пребывания иностранного туриста в стране увеличилась с 4 дней в 2017 г. до 10 дней в 2021 г. Иностранные граждане стали чаще приезжать в Беларусь с различными целями (личными, служебными), но и в целях туризма поездки имеют положительную динамику. К статистике въездного туризма иностранных граждан следует добавить еще спрос на туристические услуги внутри страны, что позволяет делать оптимистичный прогноз развития отрасли.

По численности туристов и экскурсантов, обслуженных организациями, осуществляющими туристическую деятельность, в 2020 г. доля внутреннего туризма составила 62,7 % от всех видов туризма, что выше на 4,3 пп. показателя 2016 г. [4]. За период с 2017 г. по 2021 г. в общей структуре распределения туристов и экскурсантов, обслуженных организациями туристической индустрии, по видам туризма доля внутреннего туризма возросла на 19,1 пп. В 2022 г. доля внутреннего туризма в общей структуре по численности посетителей составила 75,7 %, что продемонстрировала значительный прирост в 28,8 % по сравнению с 2021 г. Согласно целевым показателям Государственной программы в целях развития массового внутреннего туризма к 2025 г. ожидается

увеличение численности организованных туристов и экскурсантов – граждан Республики Беларусь – в 1,5 раза [2].

Пандемия COVID-19 существенно повлияла на изменение структуры туристического потребления внутри страны. Так, в 2020 г. доля туристического потребления граждан Республики Беларусь, относящегося к внутреннему туризму, составила 56 % в общей структуре против 44 % туристических расходов посетителей-нерезидентов, относящихся к въездному туризму, в то время как до 2018 г. наблюдалась тенденция в преобладании туристических расходов последних. В 2020 г. наибольшим спросом во внутреннем туризме со стороны граждан Республики Беларусь были востребованы услуги туристических агентств, гостиниц и других средств размещения, покупка потребительских товаров и продуктов питания, услуги в области культуры и санаторно-курортных организаций. В целом показатели развития туризма свидетельствуют, что в благоприятные времена внутренний туризм достиг определенных успехов. В условиях возросшего интереса населения страны и зарубежных туристов, мировых трендов развития туризма он вполне способен наверстать упущенные позиции и приумножить показатели. Задача в развитии внутреннего туризма заключается в том, чтобы, используя весь имеющийся туристический потенциал, предложить на рынке привлекательные новые туристические продукты и принять грамотные управленческие решения.

Для развития туризма, в том числе внутреннего, важны следующие составляющие: наличие природно-культурного потенциала, туристической инфраструктуры, качество предоставляемых туристических услуг, привлекательный туристический продукт, его узнаваемость, имидж принимающей страны, организационно-правовая политика в области развития туризма и др. К этому списку следует добавить ряд преимуществ для устойчивого развития туризма Беларуси по сравнению с другими странами: выгодное географическое положение в центре Европы; древняя и богатая история, самобытная культура; либеральный режим для путешествий; чистота и безопасность.

Кроме решения проблем развития туристической отрасли, значимым и важным вопросом остается продвижение туристического потенциала Республики Беларусь на внутреннем и внешнем туристических рынках. Наиболее популярными и востребованными в 2021 г. были такие направления туризма, как культурно-познавательный, экологический, агротуризм, лечебно-оздоровительный, медицинский,

промышленный, спортивный и гастрономический. Именно они лежат в основе туристического потенциала нашей страны.

Для развития культурно-познавательного туризма Беларусь обладает достопримечательностями: крепости и замки, дворцово-парковые ансамбли и родовые усадьбы, храмы и монастыри, уникальные уголки нетронутой природы, старинные инженерные сооружения, музеи и этнографические деревни, родные места знаменитых художников, писателей и ученых. На территории нашей страны имеется 4 объекта, внесенных в список Всемирного наследия ЮНЕСКО (национальный парк «Беловежская пуща», замковый комплекс «Мир», Геодезическая дуга Струве, Дворцово-парковый комплекс Радзивиллов в Несвиже). В Беларуси имеется значительно больше объектов культурно-исторического наследия, достойные международного признания (также ранее включенные в список) и представляющие значительный интерес для развития этого направления туризма. Основой уникального культурного наследия Беларуси также являются Софийский собор (г. Полоцк), Полоцкий Спасо-Евфросиниевский монастырь, кафедральный костел святого Франциска Ксаверия (г. Гродно), Свято-Никольский монастырь (г. Могилев), Троицкий костел в деревне Герваты, Ружанский замок (г. п. Ружаны, Пружанский район Брестской обл.), Гольшанский замок (аг. Гольшаны, Ошмянский район Гродненской обл.), Августовский канал и многие другие объекты.

На сегодня недооценен военно-исторический туризм, развивающийся на базе мемориальных комплексов «Брестская крепость», «Хатынь», «Ола», музея истории Великой Отечественной войны, историко-культурного комплекса «Линия Сталина» и др. Это огромный ресурс для формирования уважения к культурно-историческому наследию и традициям белорусского народа, укрепления нравственных качеств и патриотических чувств молодежи, носящий воспитательный характер.

Значительным потенциалом обладает промышленный туризм, или организация туристических экскурсий на действующие производства в Республике Беларусь. Развитие промышленного туризма служит дополнительной рекламой промышленной продукции, способствует ее сбыту, дальнейшему экономическому росту предприятий и продвижению туристических возможностей территорий их расположения. Сегодня ряд предприятий осуществляют организованный промышленный туризм: ОАО «БелАЗ», ОАО «Гомсельмаш»,



ОАО «МТЗ», ОАО «Стеклозавод “Неман”», Минский часовой завод «Луч», пивоваренные заводы «Пивоваренная компания “Аливария”», «Криница», «Лидское пиво», кондитерские фабрики «Спартак», «Слодыч», «Коммунарка».

Гастрономический туризм – вид туризма, целью которого является знакомство со страной через призму национальной кухни. В Беларуси создаются гастрономические площадки с новыми концепциями развлечений («Песочница», Lidbeer Dvor), проводятся недели и дни белорусской кухни с единой рецептурой, технологией приготовления и ценой. Одновременно организациями системы потребкооперации практикуется проведение Недели старобелорусской кухни. На постоянной основе осуществляется организация кулинарных (гастрономических) фестивалей, выставок продаж и дегустаций, мастер-классов по приготовлению блюд, в том числе в рамках республиканских и городских мероприятий, на которых покупателям предлагается широкий ассортимент блюд национальной кухни. На территории Республики Беларусь количество объектов гастрономического туризма составляет 436 единиц, из них объектов общественного питания, специализирующихся на белорусской кухне, – 181 единиц на 15 738 мест. Туристических маршрутов с гастрономической составляющей в стране насчитывается 73 единицы.

Кроме того, с целью интеграции людей с инвалидностью в общество в Беларуси продолжает развиваться инклюзивный туризм. В 2022 г. в Национальную стратегию развития туризма в Республике Беларусь до 2035 г. внесены изменения и дополнения, касающиеся развития инклюзивного туризма. На текущий момент в каждой области и г. Минске сформированы доступные туристические маршруты. В Брестской области насчитывается 10 туристско-экскурсионных маршрутов, доступных для инвалидов и физически ослабленных лиц, в Витебской – 41, Гомельской – 8, Гродненской – 27, Минской – 24, Могилевской – 13, г. Минске – 19. Общее число их – 142.

В большинстве случаев основой развития экологического туризма является сеть особо охраняемых природных территорий (ООПТ), а также агроусадьбы и лесохотничьи угодья, предназначенные для аграрного (сельского) и охотничьего туризма. Для развития этого направления Беларусь обладает значительным природным потенциалом в нетронутом или частично измененном состоянии. Сеть ООПТ включает Березинский биосферный заповедник, четыре национальных

парка («Беловежская пуца», «Браславские озера», «Припятский», «Нарочанский»), заказники республиканского и местного значения, памятники природы. Площадь объектов нетронутой природы составляет 9,1 % от общей территории страны [5]. Именно во внутренней структуре туристической отрасли созданы благоприятные условия для развития устойчивого экологического туризма. Согласно Национальной стратегии развития системы особо охраняемых природных территорий до 1 января 2030 г. перспективными для развития туризма определены 39 особо охраняемых природных территорий [6]. Каждое природоохранное учреждение имеет свои направления развития эко-туризма, и эти особенности важно учитывать при формировании эко-туристических кластеров, которые могут быть сформированы в пределах регионов Беларуси.

Агрэко-туризм также тесно связан с природной составляющей, дополненной традициями и обычаями местного населения, ремеслами и промыслами. Грамотное использование этих факторов позволяет создавать востребованный турпродукт, отражающий сельский уклад жизни белорусов. В 2020 г. по сравнению с 2010 г. отмечается более чем двукратное увеличение субъектов агротуризма. В 2022 г. на 3043 объектах агротуризма отдыхали преимущественно граждане Республики Беларусь – 96,6 % от общего количества обслуженных туристов [4, 7]. Из других стран их посещали преимущественно соседи Беларуси – россияне, поляки, украинцы, а также граждане Узбекистана, Казахстана, Израиля, Китая и др. Отдых в агроусадебке характеризуется краткосрочным посещением (2–5 дней), но имеются все возможности для увеличения его продолжительности.

Для развития охотничьего туризма прилагаются усилия по поддержанию и увеличению численности представителей дикой фауны на охотничьих угодьях площадью 17,1 млн га. Размер получаемых доходов от охотничьего хозяйства стабильно сохраняется на протяжении пяти лет. Для предоставления качественных услуг в охотничьих угодьях следует продолжать развивать инфраструктуру охотничьих хозяйств, в том числе на ООПТ; сохранять биоразнообразие; сформировать экономические основы развития охотничьего туризма [8].

Для более продолжительного отдыха востребованы объекты санаторно-оздоровительного туризма. Для этих целей создана санаторно-курортная база; расширяется спектр предлагаемых услуг в местах оздоровления; организованы летние оздоровительные лагеря,

кемпинги, оборудованные стоянки и др. По состоянию на 2022 г. насчитывается 474 санаторно-курортных, оздоровительных и других специализированных средств размещения с номерным фондом в 20 302 единиц. В неизменном количестве объектов отдыха в 2022 г. количество отдыхающих в санаторно-курортных, оздоровительных организациях и других специализированных средствах размещения составило 934,2 тысячи человек, что на 10 % больше, чем в предыдущий период. Особенно востребованными среди населения оказались санаторно-курортные и оздоровительные организации, успешно справившиеся с последствиями пандемийных ограничений 2020 г. и в 2021 г. разместившими почти 850 тысяч человек (в 2020 г. – 626,6 тысячи) [7].

Все более востребованным и популярным среди иностранных граждан с каждым годом становится медицинский туризм. В 2021 г. экспорт отечественных медуслуг вырос на 20 %, а в абсолютных значениях превысил 40 млн долларов. Наибольший вклад в экспорт медуслуг внесли такие направления, как кардиохирургия, стоматология, онкология. Вырос экспорт не только в постсоветские страны (где лидером традиционно является Россия), но и в Италию, Германию, Польшу. Кроме того, в Беларуси были вакцинированы более 2,5 тысячи иностранных граждан. Организацией медицинских туров занимаются специальные компании, которые учитывают все аспекты поездки: готовят полный пакет документов, осуществляют подбор медицинского или оздоровительного учреждения, открывают визу, при необходимости обеспечивают сопровождение пациента. Активному развитию этого вида туризма способствует политика открытости нашей страны.

Введенный Указом Президента Республики Беларусь от 9 января 2017 г. № 8 «Об установлении безвизового порядка въезда и выезда иностранных граждан» безвизовый режим позволяет гражданам десятков государств мира, которым для поездки в Беларусь необходимо получить визу, посещать республику в упрощенном порядке.

В случае пересечения Государственной границы в пунктах пропуска, находящихся в воздушных гаванях нашей страны (Национальный аэропорт Минск; аэропорт Брест; аэропорт Витебск; аэропорт Гомель; аэропорт Гродно; аэропорт Могилев), безвизовый порядок въезда и выезда устанавливается для граждан 76 государств на срок, не превышающий 30 дней.

Кроме того, существует безвизовая территория «Брест–Гродно», посещать которую имеют право граждане 73 государств на срок до 15 дней. Безвизовую территорию составляют территории г. Бреста, Брестского, Жабинковского, Каменецкого, Пружанского районов Брестской области, г. Гродно, Берестовицкого, Волковысского, Вороновского, Гродненского, Лидского, Свислочского, Щучинского районов Гродненской области. В том числе благодаря этому льготному режиму посещения страны можно говорить о региональном развитии туризма. С начала 2023 г. Беларусь посетили более 178 тысяч иностранных туристов.

Анализируя имеющийся туристический потенциал, не следует забывать, что туристическая отрасль способна устойчиво развиваться только при наличии соответствующей инфраструктуры, включающей коллективные объекты размещения туристов, санаторно-оздоровительные учреждения, дорожно-транспортную инфраструктуру, развитую логистику, объекты общепита, культурно-развлекательного досуга и др.

В 2020 г. доля туризма в предложении товаров и услуг по отдельным элементам составила: в услугах туристических агентств и услугах санаторно-курортных организаций по 100 %, услугах гостиниц и других средств размещения – 70,7 %, услугах пассажирского транспорта – 46,5 %, услугах в области культуры – 29,8 %, услугах организаций общественного питания – 26,3 %, спортивных и рекреационных услугах – 21,2 %. За 2016–2020 гг. снижение отмечается по услугам транспорта, гостиниц и других мест размещения, спортивным и рекреационным услугам [9]. Данные направления имеют достаточный потенциал для развития, но требуют дополнительных финансовых вложений для оказания качественных услуг, в том числе со стороны частного бизнеса.

В развитии туризма Беларуси следует применять кластерную модель – образование различных производителей, услуг, местных объектов, которые объединяются под единым брендом. Такие успешные практики нашли применение в агро- и экологическом туризме [10]. Один из самых первых кластеров в стране – «Воложинские гостиницы», включающий порядка 20 производителей – усадьбы, ремесленники, фермеры, местные музеи и Налибокскую пуцу. В кластер «Велесаў шлях» (Глубокский район) объединились усадьбы и фермерские хозяйства, в кластер «Наваколле» (Брестская область) – производители интересных крафтовых продуктов, усадьбы, местный театр.

Наряду с возросшим интересом к внутреннему туризму целесообразно развивать и выездной. Существенное влияние на развитие этого направления оказали новые вызовы, связанные со сложностями в работе международных авиалиний. Ряд популярных для стран Содружества Независимых Государств туристических направлений на ближайшее время стал практически недоступен. Решением проблемы в данной ситуации является активное развитие туризма между странами – участниками Содружества Независимых Государств.

Для перспективного развития туризма Беларуси необходимо проводить маркетинговую деятельность по дальнейшему продвижению туристического потенциала страны на внешнем контуре. Это работа по участию в международных туристических выставках (в том числе в онлайн-формате), проведению презентаций туристического потенциала Беларуси за рубежом, ознакомительных туров для представителей иностранного турбизнеса и СМИ. Основные направления указанных мероприятий – государства СНГ, Западной Европы, Азиатско-Тихоокеанского региона, Северной и Южной Америки, Африки и Ближнего Востока.

Устойчивое развитие туризма в Беларуси должно быть направлено на внедрение инновационных решений; применение информационных и коммуникационных технологий; формирование и развитие кластерного подхода; разработку новых рекреационных и экскурсионных программ с их логистическим сопровождением; развитие маркетинговой стратегии; повышение уровня современной инфраструктуры гостиничного хозяйства; совершенствование ценовой политики при создании конкурентоспособного турпродукта; дальнейшее развитие системы управления туристическим комплексом и нормативной правовой базы и др.

### Список литературы

1. Сонич, К. Н. Трансформация потребительского поведения туристов в послепандемийный период / К. Н. Сонич // Устойчивое развитие внутреннего туризма Республики Беларусь в условиях глобальных вызовов // Экономический рост Республики Беларусь: глобализация, инновационность, устойчивость : материалы XVI Междунар. науч.-практ. конф., Минск, 19 мая 2023 г. – Минск : ГУ «БелИСА», 2023. – С. 192–193.
2. О Государственной программе «Беларусь гостеприимная» на 2021–2025 годы [Электронный ресурс] : постановление

- Совета Министров Респ. Беларусь, 29 янв. 2021 г., № 58 // Национальный правовой Интернет-портал Республики Беларусь. – Режим доступа: <https://pravo.by/document/?guid=3871&p0=C22100058>. – Дата доступа: 30.05.2023.
3. Толкач, О. В. Риски управления персоналом в организациях индустрии туризма в условиях неизбежных перемен / О. В. Толкач // Устойчивое развитие внутреннего туризма Республики Беларусь в условиях глобальных вызовов // Экономический рост Республики Беларусь: глобализация, инновационность, устойчивость : материалы XVI Междунар. науч.-практ. конф., Минск, 19 мая 2023 г. – Минск : ГУ «БелИСА», 2023. – С. 198.
  4. Туризм и туристические ресурсы в Республике Беларусь // Национальный статистический комитет Республики Беларусь. – Минск, 2022. – 32 с.
  5. Статистический ежегодник. 2022 // Национальный статистический комитет Республики Беларусь. – Минск, 2022. – 374 с.
  6. О развитии системы особо охраняемых природных территорий [Электронный ресурс] : постановление Совета Министров Респ. Беларусь, 2 июля 2014 г., № 649 // Национальный правовой Интернет-портал Республики Беларусь, 11.07.2014, 5/39101.
  7. Развитие туризма, деятельность туристических организаций, средств размещения Республики Беларусь за 2022 год: статистический бюллетень // Национальный статистический комитет Республики Беларусь. – Минск, 2023. – 47 с.
  8. Устойчивое развитие охотничьего хозяйства Республики Беларусь: вопросы теории и практики : монография / А. В. Неверов [и др.]. – Минск : БГТУ, 2021. – 183 с.
  9. Вспомогательный счет туризма Республики Беларусь за 2020 год // Национальный статистический комитет Республики Беларусь. – Минск, 2022. – 11 с.
  10. Верниковская, О. В. Возможности развития кластеров в экологическом туризме Беларуси / Верниковская О. В. // Проблемы и перспективы развития научно-технологического пространства : материалы III Междунар. науч.-практ. интернет-конф., Вологда, 24–28 июня 2019 г. : в 2-х частях. – Вологда : ФГБУН ВолНЦ РАН, 2019. – Ч. I. – С. 67–72.

## ОЦЕНКА ТУРИСТСКО-РЕКРЕАЦИОННОГО ПОТЕНЦИАЛА СЕЛЬСКИХ ПОСЕЛЕНИЙ В КОНТЕКСТЕ ИХ УСТОЙЧИВОГО РАЗВИТИЯ

И. И. Зиганшин<sup>1,2</sup>, Д. В. Иванов<sup>1</sup>, Р. Р. Хасанов<sup>1</sup>,  
А. В. Кузнецова<sup>2</sup>

<sup>1</sup> Государственное научное бюджетное учреждение  
«Академия наук Республики Татарстан», ул. Баумана, 20, 420111,  
г. Казань, Республика Татарстан, Россия,

<sup>2</sup> Федеральное государственное автономное образовательное  
учреждение высшего образования «Казанский (Приволжский)  
федеральный университет», ул. Кремлевская, д. 18, 420008, г. Казань,  
Республика Татарстан, Россия

**Аннотация.** В статье представлены результаты комплексной оценки туристско-рекреационного потенциала сельских поселений Волго-Мешинского междуречья (Республика Татарстан). Выделены основные проблемы и перспективы устойчивого развития туризма в регионе. Полученные результаты могут использоваться для разработки мероприятий по приоритетным направлениям развития туризма в районах Республики Татарстан.

**Ключевые слова:** сельские поселения, сельский туризм, туристско-рекреационный потенциал, комплексная оценка, устойчивое развитие, Волго-Мешинское междуречье, Республика Татарстан.

**Образец цитирования:** Зиганшин, И. И. Оценка туристско-рекреационного потенциала сельских поселений в контексте их устойчивого развития / И. И. Зиганшин, Д. В. Иванов, Р. Р. Хасанов, А. В. Кузнецова // Перспективы развития туризма в современных условиях: мировые тенденции и региональные контексты : материалы III Междунар. науч.-практ. конф., Минск, 28 сент. 2023 г. / Национальное агентство по туризму ; редкол.: И. Н. Воронович (предс.) [и др.]. – Минск, 2023. – С. 295–305.

# ASSESSMENT OF THE TOURIST AND RECREATIONAL POTENTIAL OF RURAL SETTLEMENTS AS A CONTEXT IN THEIR SUSTAINABLE DEVELOPMENT

I. Ziganshin<sup>1,2</sup>, D. Ivanov<sup>1</sup>, R. Khasanov<sup>1</sup>, A. Kuznetsova<sup>2</sup>

<sup>1</sup> State Budgetary Institution «Tatarstan Academy of Sciences», Bauman Street, 20, 420111, Kazan, Republic of Tatarstan, Russia,

<sup>2</sup> Federal State Autonomous Educational Institution of Higher Education «Kazan (Volga region) Federal University», Kremlevskaya Street, 18, 420008, Kazan, Republic of Tatarstan, Russia

**Annotation.** The article provides an comprehensive assessment of the tourism and recreational potential of rural settlements in the Volga-Meshinsky interfluvium (Republic of Tatarstan). The article highlights the main problems and prospects of tourism sustainable development in the area. The obtained findings can be used for developing measures in the priority areas of tourism development in the regions of Tatarstan.

**Keywords:** rural settlements, rural tourism, tourist and recreational potential, comprehensive assessment, sustainable development, Volga-Meshinsky interfluvium, Republic of Tatarstan.

**For citation:** Ziganshin, I. Assessment of the tourist and recreational potential of rural settlements as a context in their sustainable development / I. Ziganshin, D. Ivanov, R. Khasanov, A. Kuznetsova // Prospects for the development of tourism in modern conditions: global trends and regional contexts : materials of the III Int. sci.-pract. conf., Minsk, 28 Sept. 2023 / National Agency for Tourism ; ed.: I. Voronovich (chair.) [et al.]. – Minsk, 2023. – P. 295–305.

Сельские территории обладают обширным природным, демографическим, экономическим и историко-культурным потенциалом, рациональное использование которого может обеспечить устойчивое развитие, достойный уровень и качество жизни сельского населения [6]. Их устойчивое развитие в современных экономических и геополитических условиях является важнейшей задачей общества и государства.

В стране остро стоит проблема миграционного оттока сельского населения. Процесс депопуляции сельских поселений, начавшийся



в середине XX в., активно продолжается в настоящее время. Согласно данным Всероссийской переписи населения 2010 г. в России насчитывалось 133 708 жилых сел и деревень [4]. Перепись 2020–2021 гг. зафиксировала 128 406 жилых сельских населенных пунктов [3]. За 10 лет в стране стало на 5 302 сельских населенных пункта меньше. Таким образом, в России ежегодно исчезает более 500 сел и деревень. Одной из ключевых причин депопуляции села является низкий уровень благосостояния сельских жителей села. В связи с этим проблема повышения доходов сельчан и развития альтернативных видов занятости сельского населения требует скорейшего разрешения.

В этой ситуации единственно возможным выходом является диверсификации сельской экономики, перспективным направлением которой может стать развитие туристско-рекреационной сферы. Ее становление поможет не только сохранению природного и культурного наследия, но и устойчивому развитию сельских территорий и расширению сфер занятости сельского населения [8]. В условиях внешнеэкономического давления развитие туристско-рекреационной деятельности может стать важным инструментом сохранения экономической стабильности села. А в масштабах всей страны стать эффективной мерой сохранения национального суверенитета и его экономической независимости [6].

Наиболее перспективно развитие туристско-рекреационной деятельности видится для сельских территорий, расположенных вблизи крупных туристских дестинаций, привлекающих большое количество туристов. Примером такой дестинаций является город Казань, столица Республики Татарстан, являющаяся одним из лидеров туристического рынка России. Ежегодно Казань посещают несколько миллионов туристов [1]. При этом туристско-рекреационный потенциал прилегающих к городу сельских территории в практике туристского бизнеса используется недостаточно. Одним из факторов, сдерживающих развитие туристско-рекреационной сферы на селе, является отсутствие оценки имеющегося туристско-рекреационного потенциала (ТРП) территории сельских поселений.

Объектом настоящего исследования явились сельские поселения, расположенные на территории Волго-Мешинского междуречья, которое территориально расположено в западном Предкамье Республики Татарстан (РТ), вблизи г. Казани (рис. 1). Рассматриваемый район протянулся вдоль левого берега реки Волги от г. Казани на севере до

места слияния р. Волги с р. Камой. На западе границей служит берег Волги, на востоке – долина реки Меши. Суммарная площадь ландшафтного района составляет 787,9 км [4]. Район относится к территории с умеренно-континентальным климатом, для которого присущи теплое лето, умеренно-холодная зима и небольшое количество осадков за год.

Волго-Мешинского междуречье отличает благоприятное экономико-географическое положение, район располагается на пересечениях важных транспортных путей, вблизи г. Казани. По территории района проходят основные транспортные коридоры трубопроводов, автомобильных дорог, размещается аэропорт международного значения. С помощью данных транспортных систем выполняются как межрайонные (внутриреспубликанские), так и внешние связи республики с регионами Российской Федерации и другими странами. Сеть автомобильных дорог представлена автомобильной дорогой федерального значения Казань – Оренбург, которая обеспечивает связь между населенными пунктами района с Казанью и в целом с регионами Российской Федерации; автомобильной дорогой регионального или межмуниципального значения Столбище – Атабаево, связывающей север и юг района со столицей республики. На территории района располагается аэропорт Казань, который связывает воздушными линиями республику с регионами России и другими странами мира. Пересечением указанных магистральных транспортных коммуникаций является Казанский транспортный узел, который, помимо автомобильных федеральных и республиканских дорог, аэропорта, включает железнодорожный узел и речной порт.

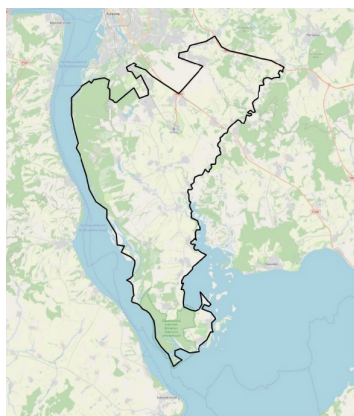
В административном плане территория Волго-Мешинского междуречья расположена в Лаишевском и Перстречинском муниципальных районах РТ. Всего на территории района расположено 16 сельских поселений, из них 14 расположено в пределах Лаишевского муниципального района РТ и 2 сельских поселения в пределах Перстречинского муниципального района РТ.

Естественные ландшафты Волго-Мешинского междуречья значительно преобразованы в связи с резким увеличением антропогенного воздействия. За последние 80 лет в регионе площадь селитебных территорий и густота дорожной сети возросла во всех сельских поселениях. При этом общая численность населения возросла не во всех сельских поселениях (табл. 1).

**Таблица 1. Динамика лесистости, площади селитебной территории, густоты дорожной сети и численности населения сельских поселений Волго-Мешинского междуречья**

Сельские поселения	Леса, %		Селитебные территории, %		Густота дорожной сети		Численность населения, чел.	
	1939	2022	1939	2022	1939	2022	1949	2022
Атабаевское	31,50	24,00	1,50	1,60	–	0,033	911	504
Макаровское	16,50	15,40	2,17	2,50	–	0,145	1055	601
Татаро-Саларовское	15,44	8,75	1,80	1,93	–	0,096	1371	299
Рождественское	1,11	6,92	1,56	10,89	0,095	0,152	2425	1249
Нармонское	2,30	6,55	1,22	8,90	0,067	0,165	3519	2529
Никольское	6,88	14,05	2,64	18,83	0,026	0,182	4411	1640
Орловское	48,00	44,40	0,83	11,40	–	0,228	503	1125
Кирбинское	1	2,36	2,73	7,06	0,196	0,235	1583	867
Матюшинское	51,20	49,90	0,47	1,70	–	0,302	350	141
Габишевское	-	5,70	-	35,40	–	0,784	–*	3300
Песчано-Ковалинское	1,70	16,60	2,02	20,40	–	0,331	1003	2139
Столбищенское	1,95	16,80	3,63	21,00	0,153	0,709	1804	15817
Большекабанское	2,22	3,15	2,99	17,45	–	0,162	1724	2550
Сокуровское	2,87	8,90	3,03	51,00	0,161	0,563	1152	2084
Богородское	1,70	6,80	6,58	25,89	0,037	0,250	758	3952
Кулаевское	7,50	11,88	1,10	5,47	0,113	0,244	1580	619

\*Габишевское поселение создано только в 1978 г. (до этого здесь сел не было).



**Рис. 1. Границы и месторасположение Волго-Мешинского междуречья**

Натурные данные для оценки имеющихся туристско-рекреационных ресурсов собраны в ходе комплексного экспедиционного обследования территории Волго-Мешинского междуречья в 2021–2022 гг. Методы натурных исследований территории, в т. ч. имеющейся туристской инфраструктуры и объектов туристского показа, включали их описание и фотофиксацию.

Для комплексной оценки ТРП сельских поселений Волго-Мешинского междуречья использовался метод балльных оценок, в котором число баллов распределялось в зависимости от степени благоприятности параметров (условий) исследуемых территорий для развития различных направлений туристско-рекреационной деятельности [2]. Благоприятные параметры оценивались в 3 балла, относительно благоприятные – в 2 балла и неблагоприятные – в 1 балл. Полученные баллы по каждому параметру, результаты суммировались.

Учитывалась природная привлекательность территории для целей рекреации, ее культурно-познавательная ценность, транспортная и инфраструктурная доступность, степень антропогенной трансформации и экологическое состояние территории. Для территории каждого сельского поселения ТРП рассчитывался как сумма баллов благоприятности по отдельным параметрам:

$$\text{ТРП} = \sum (\text{ПП}_1 + \text{ПП}_2 + \dots + \text{ПП}_n) + \sum (\text{КПЦ}_1 + \text{КПЦ}_2 + \dots + \text{КПЦ}_n) + \sum (\text{ТД}_1 + \text{ТД}_2 + \dots + \text{ТД}_n) + \sum (\text{ИД}_1 + \text{ИД}_2 + \dots + \text{ИД}_n) + \sum (\text{ЭК}_1 + \text{ЭК}_2 + \dots + \text{ЭК}_n),$$

где ТРП – туристско-рекреационный потенциал объекта; ПП – природная привлекательность; КПЦ – культурно-познавательная ценность; ТД – транспортная доступность; ИД – инфраструктурная доступность; ЭК – экологический риск.

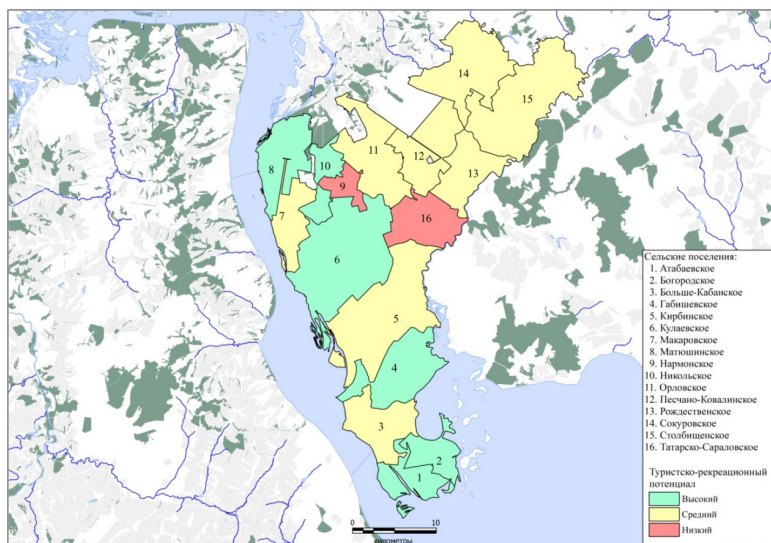
Итоговая градация туристско-рекреационного потенциала сельских поселений приведена в табл. 1.

**Таблица 1. Градация ТРП сельских поселений (в баллах)**

ТРП	Низкий	Средний	Высокий
Баллы	5–7	8–10	11–15

Сопоставление полученных интегральных результатов ТРП сельских поселений Волго-Мешинского междуречья позволяет их

ранжировать на три группы – с низким, средним и высоким рекреационным потенциалом. Их большая часть относится ко второй группе (со средним рекреационным потенциалом) (рис. 2).



**Рис. 2. ТРП сельских поселений Волго-Мешинского междуречья**

Наибольшим рекреационным потенциалом обладают Атабаевское, Макаровское, Песчано-Ковалинское, Матюшинское, Никольское и Рождественское сельские поселения, для которых характерны высокая природная привлекательность территории, ее культурно-познавательная ценность, наличие объектов туристкой инфраструктуры.

Территории всех сельских поселений района транспортно доступны для туристов. Они не удалены от г. Казани (до часа пути на автомобиле), имеется общественный транспорт, до всех сел проложены автомобильные дороги с твердым типом покрытия. Наибольшее отличия отмечаются в наличие на территории сельских поселений уникальных особо охраняемых природных объектов (заповедники, памятники природы регионального значения, государственные

природные заказники), различие в лесистости и озерности территории, разнообразии природных ландшафтов (табл. 2, рис. 3).

Территории вышеперечисленных сельских поселений отвечают данным требованиям. Так, на территории Атабаевского, Рождественского и Макаровского сельских поселений располагается Саралинский участок Волжско-Камского государственного природного биосферного заповедника и его охранной зоны. Это участок, входящий в систему биосферных резерватов ЮНЕСКО по программе «Человек и биосфера». Здесь встречаются уникальные виды флоры и фауны, занесенные в международную и российскую Красную Книгу. На территории Песчано-Ковалинского и Никольского сельских поселений расположены крупнейшие по площади акватории и одни из наиболее глубоких особо охраняемых водоемов РТ – озера Ковалинское и Архирейское. Матюшинское сельское поселение характеризуется самым высоким показателем лесистости (более половины территории покрыто лесом) и наибольшим количеством в районе разнообразных баз отдыха и санаториев, расположенных вдоль левого берега р. Волги, имеющего хорошие песчаные пляжи с высокой рекреационной емкостью и удобные места для отдыха на побережье.

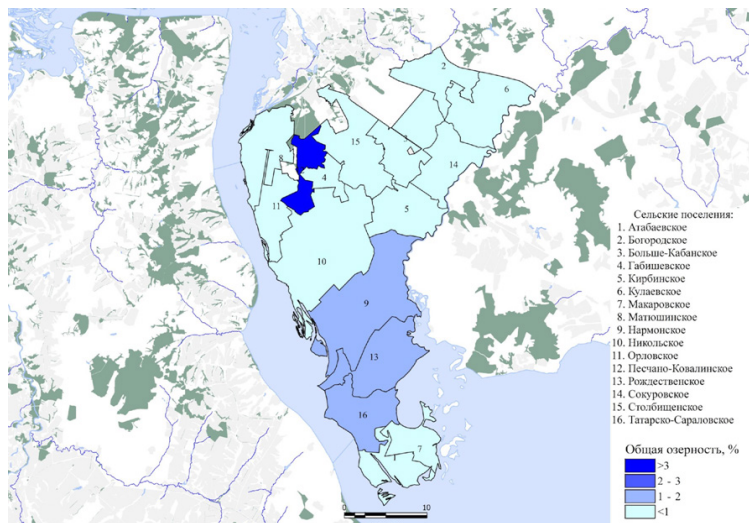
Также следует отметить, что на территориях данных поселений расположены объекты материального и нематериального культурного наследия (памятники архитектуры, археологии, градостроительства, истории и монументального искусства, ансамбли, заповедные зоны, достопримечательные места, историко-культурно-природные комплексы и территории, другие объекты, имеющие историко-культурную ценность).

**Таблица 2. Лесистость, площадь селитебной территории и густота дорожной сети сельских поселений Волго-Мешинского междуречья (в %)**

Сельские поселения	Леса, %		Селитебные территории, %		Густота дорожной сети, в %	
	1939	2022	1939	2022	1939	2022
Атабаевское	31,50	24,00	1,50	1,60	–	0,033
Макаровское	16,50	15,40	2,17	2,50	–	0,145
Татаро-Саларовское	15,44	8,75	1,80	1,93	–	0,096
Рождественское	1,11	6,92	1,56	10,89	0,095214	0,152
Нармонское	2,30	6,55	1,22	8,90	0,067524	0,165

Окончание табл. 2

Никольское	6,88	14,05	2,64	18,83	0,026723	0,182
Орловское	48,00	44,40	0,83	11,40	–	0,228
Кирбинское	0,00	2,36	2,73	7,06	0,196332	0,235
Матюшинское	51,20	49,90	0,47	1,70	–	0,302
Габишевское	0,00	5,70	0,00	35,40	–	0,784
Песчано-Ковалинское	1,70	16,60	2,02	20,40	–	0,331
Столбищенское	1,95	16,80	3,63	21,00	0,153113	0,709
Большекабанское	2,22	3,15	2,99	17,45	–	0,162
Сокуровское	2,87	8,90	3,03	51,00	0,161201	0,563
Богородское	1,70	6,80	6,58	25,89	0,037836	0,250
Кулаевское	7,50	11,88	1,10	5,47	0,113181	0,244



**Рис. 3. Озерность территории сельских поселений  
Волго-Мешинского междуречья (%)**

Атабаевское, Макаровское, Матюшинское, Никольское и Рождественское сельские поселения от большинства сельских поселений отличаются наличием объектов туристской инфраструктуры (краеведческие музеи, обустроенные общественные пространства с обустроенными местами для отдыха и информационными стендами,

наличием средств размещения – рыбацкие дома, коттеджи для отдыха, глемпинги и пр.).

8 сельских поселений имеют средний туристско-рекреационный потенциал. Наибольшее их количество сосредоточено на севере района (рис. 2). Как правило, это территории, для которых характерны неблагоприятные условия для развития пляжно-купальной рекреации (удаленность от р. Волги, отсутствие крупных озер). Несмотря на имеющиеся здесь ресурсы для развития сельского и этнографического туризма, развитие туристско-рекреационной деятельности сдерживается слабой предпринимательской активностью сельского населения; недостатком элементов туристской инфраструктуры; неподготовленностью населения поселений к работе с туристами.

Наименьший потенциал характерен для сельских поселений Кирбинское и Габишевское (рис. 2). Для территории данных поселений характерны однообразные антропогенные ландшафты (преобладает пашня и селитебные территории), как следствие бедный видовой состав биоценозов, низкий уровень лесистости и озерности территории, отсутствие значимых объектов материального и нематериального культурного наследия, а также объектов туристской инфраструктуры. Имеющиеся на территории данных сельских поселений водные объекты отличаются неблагоприятными условиями для пляжно-купальной рекреации (пляжная полоса не выражена, дно илистое, топкое, закустаренные берега, отсутствие открытых, относительно ровных, сухих, не заросших мест, пригодных для организации туристских стоянок, и т. д.).

Таким образом, проведенная оценка позволяет говорить о том, что сельские поселения Волго-Мешинского междуречья РТ в целом имеют благоприятные предпосылки для развития туристско-рекреационной деятельности. Большая часть сельских поселений района имеет высокий или средний рекреационный потенциал. Сложившиеся условия здесь благоприятны для развития сельского и других видов устойчивого туризма, а также могут быть использованы для организации эколого-просветительских, спортивных и научно-познавательных маршрутов. Развитие туристско-рекреационной деятельности на территории сельских поселений может стать основой для диверсификации их экономики, повышения благосостояния сельских жителей, а также способствовать социальному развитию сельских территорий.



### Список литературы

1. Государственный комитет Республики Татарстан по туризму [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://tourism.tatarstan.ru>. – Дата доступа: 23.02.2023.
2. Зиганшин, И. И. Методика комплексной оценки рекреационного потенциала особо охраняемых природных территорий / И. И. Зиганшин, Д. В. Иванов // Российский журнал прикладной экологии. – 2017. – № 2. – С. 52–56.
3. Итоги Всероссийской переписи населения 2010 года [Электронный ресурс]. – Режим доступа: [https://www.gks.ru/free\\_doc](https://www.gks.ru/free_doc). – Дата доступа: 23.02.2023.
4. Итоги Всероссийской переписи населения 2020 года [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://rosstat.gov.ru>. – Дата доступа: 23.02.2023.
5. Ландшафты Республики Татарстан. Региональный ландшафтно-экологический анализ // под ред. профессора О. П. Ермолаева / Ермолаев О. П., Игонин М. Е., Бубнов А. Ю., Павлова С. В. – Казань : «Слово». – 2007. – 411 с.
6. Стратегия устойчивого развития сельских территорий Российской Федерации на период до 2030 года // М-во сельского хоз-ва Российской Федерации. – М. : ФГБНУ «Росинформгротех», 2015. – 75 с.
7. Шимова, О. С. Основы устойчивого туризма : уч. пособие / О. С. Шимова. – М. : НИЦ ИНФРА-М, 2016. – 190 с.
8. Daniloska, N. Rural tourism and sustainable rural development / N. Daniloska, K. Naumova-Mihajlovska // Economic Development. – 2015. – № 17 (3). – P. 307–319.

## **РАЗВИТИЕ ЭКОЛОГИЧЕСКОГО ТУРИЗМА И ОПЫТ СОЗДАНИЯ ИНФРАСТРУКТУРЫ ЭКОЛОГИЧЕСКОЙ ТРОПЫ «ЕКАТЕРИНИНСКИЙ БОР» В ОМСКОЙ ОБЛАСТИ**

**Е. В. Кулагина<sup>1</sup>, О. В. Лукина<sup>2</sup>, И. Е. Карасев<sup>3</sup>**

Федеральное государственное автономное образовательное  
учреждение высшего образования  
«Омский государственный технический университет»,  
пр. Мира, 11, 644050, г. Омск, Россия  
<sup>1</sup>klen1000@mail.ru, <sup>2</sup>lookina@list.ru, <sup>3</sup>igor200617@yandex.ru

**Аннотация.** В статье рассматриваются вопросы развития экологического туризма в России с учетом нормативно-правовых аспектов и статистической информации, в особенности на особо охраняемых природных территориях, которые являются наиболее перспективными для данного вида туризма. Показан опыт реализации проекта «Экологическая тропа “Екатерининский бор”» в Тарском районе Омской области, который имеет большое экологическое, образовательное-краеведческое и туристско-экскурсионное значение.

**Ключевые слова:** экологический туризм, туристская инфраструктура, особо охраняемые природные территории.

**Образец цитирования:** Кулагина, Е. В. Развитие экологического туризма и опыт создания инфраструктуры экологической тропы «Екатерининский бор» в Омской области / Е. В. Кулагина, О. В. Лукина, И. Е. Карасев // Перспективы развития туризма в современных условиях: мировые тенденции и региональные контексты : материалы III Междунар. науч.-практ. конф., Минск, 28 сент. 2023 г. / Национальное агентство по туризму ; редкол.: И. Н. Воронович (предс.) [и др.]. – Минск, 2023. – С. 306–317.

# DEVELOPMENT OF ECOLOGICAL TOURISM AND THE EXPERIENCE OF CREATING THE INFRASTRUCTURE OF THE ECOLOGICAL TRAIL «EKATERININSKY BOR» IN OMSK REGION

E. Kulagina<sup>1</sup>, O. Lukina<sup>2</sup>, I. Karasev<sup>3</sup>

Federal State Autonomous Educational Institution of Higher  
Education «Omsk State Technical University»,

Mira Avenue, 11, 644050, Omsk, Russia

<sup>1</sup>klen1000@mail.ru, <sup>2</sup>lookina@list.ru, <sup>3</sup>igor200617@yandex.ru

**Annotation.** The article deals with the issues of ecological tourism development in Russia, taking into account regulatory and legal aspects and statistical information, especially in specially protected natural areas, which are the most promising for this type of tourism. The experience of realization of the project «Ecological Trail “Ekaterininsky Bor”» in Tarsky district of Omsk region, which has a great ecological, educational and local history and tourist-excursion value, is shown.

**Keywords:** ecological tourism, tourist infrastructure, specially protected natural territories.

**For citation:** Kulagina, E. Development of ecological tourism and the experience of creating the infrastructure of the ecological trail «Ekaterininsky Bor» in the Omsk region / E. Kulagina, O. Lukina, I. Karasev // Prospects of tourism development in modern conditions: global trends and regional contexts : materials of the III Int. sci.-pract. conf., Minsk, 28 Sept. 2023 / National Agency for Tourism ; ed.: I. Voronovich (chair.) [et al.]. – Minsk, 2023. – P. 306–317.

В Российской Федерации на протяжении нескольких лет большое внимание уделяется развитию внутреннего туризма. Как отмечается в Стратегии развития туризма в Российской Федерации на период до 2035 года (утверждена распоряжением Правительства Российской Федерации от 20 сентября 2019 г. № 2129-р), одним из приоритетных видов туризма в России является экологический туризм, поскольку в стране имеются богатые природные ресурсы, в том числе большое количество особо охраняемых природных территорий (далее –

ООПТ), на которых возможно создание определенных условий для реализации туристских целей.

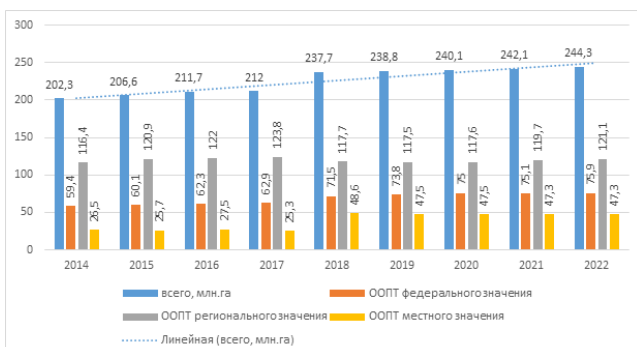
По данным Росстата, на 2022 г. в России насчитывалось 11 931 ООПТ федерального, регионального и местного значения. В таблице показана статистика по данным Росстата с 2014 по 2022 г., где прослеживается некоторое сокращение количества ООПТ, в основном по причинам утраты или реорганизации ООПТ местного значения [1].

**Количество особо охраняемых природных территорий  
в России (2014–2022 гг.)**

Год	Количество ООПТ, всего, ед.	В том числе		
		ООПТ федерального значения	ООПТ регионального значения	ООПТ местного значения
2014	12 944	281	11 475	1188
2015	12 995	278	11 467	1250
2016	11 936	272	10 474	1190
2017	11 939	272	10 474	1193
2018	11 868	290	10 446	1132
2019	11 822	295	10 446	1081
2020	11 823	296	10 437	1090
2021	11 880	298	10 566	1016
2022 <sup>1</sup>	11 931	300	10 625	1006

<sup>1</sup>Без учета статистической информации по Донецкой Народной Республике (ДНР), Луганской Народной Республике (ЛНР), Запорожской и Херсонской областях.

Однако на рисунке 1 можно увидеть, что несмотря на то, что количество ООПТ с 2014 г. сократилось, общая площадь ООПТ неуклонно росла в данный период, что говорит о развитии и важном значении данных территорий для страны (диаграмма составлена авторами статьи по информации от Росстата без учета статистической информации по ДНР, ЛНР, Запорожской и Херсонской областям).



**Рис. 1. Площадь ООПТ по данным Росстата за 2014–2022 гг., млн га**

На содержание ООПТ выделяются средства из федерального бюджета. Так, в 2022 г. на содержание всех ООПТ было выделено 17 млрд 119 млн 259,5 тыс. руб. Эти средства, как правило, предназначены для содержания штата сотрудников и осуществление охранной и научной деятельности. Для активного развития туризма на территориях ООПТ, в том числе для создания инфраструктуры, необходимо привлекать дополнительные средства. По причине неразвитой туристской инфраструктуры многие потенциально интересные для развития экологического туризма территории не могут обеспечить необходимые условия пребывания туристов, а также вследствие этого не могут приносить доходы государству, регионам и средства для дополнительного финансирования ООПТ. Возможными источниками поддержки ООПТ являются государство (используются федеральный и региональный бюджеты как для базового, так и для проектного финансирования); сборы с посетителей; партнеры и спонсоры (как в рамках грантовой поддержки, так и финансирование «без условий», поддержка участников); волонтеры [2].

Многие задачи инфраструктурного обустройства требуют решения в нормативно-правовой области и затрагивают множество различных вопросов, таких как безопасность туристов; предотвращение ущерба природе; активное привлечение участников и инвестиций для осуществления туристских проектов.

Первостепенное значение в инфраструктурном вопросе имеют нормативно-правовые основы развития экологического туризма, и за

несколько лет были усовершенствованы и появились новые документы, касающиеся как экологического туризма в целом, так и организации данного вида туризма на ООПТ, на которых акцентируется внимание как на наиболее перспективных объектах в данном направлении. Основным законом, который регламентирует использование территорий ООПТ, является Федеральный закон «Об особо охраняемых природных территориях» от 14.03.1995 № 33-ФЗ, который изначально не рассматривал их активное применение в туристских целях, хотя одной из целей и предусматривалось экологическое воспитание населения, что можно отнести к возможности проведения туристских мероприятий экологической направленности, однако в документе это звучало недостаточно явно и вызывало ряд вопросов. Существовали также юридические барьеры, препятствующие развитию экологического туризма на ООПТ, касающиеся использования земель для деятельности, не связанной с сохранением и изучением природных комплексов и объектов, которые содержались в Земельном кодексе РФ (глава XVII «Земли особо охраняемых территорий и объектов», ст. 95). Однако после принятия Федерального закона от 18.03.2023 № 77-ФЗ «О внесении изменений в отдельные законодательные акты Российской Федерации», который вступает в действие с 1 сентября 2023 г., ожидается изменение условий для развития экологического туризма на ООПТ. Изменения вносятся в № 33-ФЗ и Земельный кодекс РФ. Анализ документа показал, что принятый документ позволит повысить инвестиционную привлекательность ООПТ и значительно улучшит инфраструктурную обеспеченность территорий, но с учетом использования при осуществлении рекреационной деятельности объектов инфраструктуры, транспорта и оборудования, оказывающих минимально возможное негативное воздействие на окружающую среду. Данный документ дополняет № 33-ФЗ ст. 5 «Туризм на ООПТ и его критерии, особенности», в которой среди прочего говорится и о специально оборудованных местах и маршрутах, причем довольно большое внимание уделяется важнейшему вопросу антропогенной нагрузки, которую рассматривают с учетом предельно допустимой рекреационной емкости ООПТ. Что касается инфраструктуры, то особенно много дополнений содержится в статьях, рассматривающих оснащение национальных парков, которые считаются наиболее пригодными из ООПТ для развития туризма, о чем говорилось еще в Стратегии развития туризма до 2035 года. Инфраструктурные совершенствования

рассматриваются с активным привлечением инвесторов (как юридических лиц, так и индивидуальных предпринимателей) и предоставлением им территорий в аренду для осуществления рекреационной деятельности.

Следует отметить, что в последнее время трансформировалось само понятие экологического туризма в России, оно стало шире, что также прослеживается в нормативных документах. Например, в старой редакции ГОСТ 56642-2015 «Туристские услуги. Экологический туризм. Общие требования» было следующее определение экологического туризма: «Деятельность по организации путешествий, включающая все формы природного туризма, при которых основной мотивацией туристов является наблюдение и приобщение к природе при стремлении к ее сохранению». В новой редакции ГОСТ 56642-2021 определение экологического туризма звучит следующим образом: «Деятельность, направленная на организацию путешествий в различных формах природного туризма, ориентированная на изучение природы и культурных достопримечательностей, бережное отношение к природе и содействие в ее сохранении». Таким образом, в экологическом туризме на территориях ООПТ особое внимание, помимо природных объектов, следует уделять и культурным объектам.

В рамках экологического туризма несколько лет достаточно активно развиваются экологические тропы. Согласно определению ГОСТ 56642–2021: «Туристско-рекреационная тропа (экологическая тропа) – естественным или искусственным способом образованная (сформированная) полоса движения на местности, используемая для организации движения посетителей по туристско-рекреационному маршруту; обустроенная необходимыми инженерными и навигационными объектами (информационными указателями), применяемая для движения людей (или вьючных животных, верховых лошадей и некоторых других средств передвижения) полоса земли либо поверхность искусственного сооружения – по линии туристско-рекреационного маршрута».

На рисунке 2 показаны статистические данные о количестве экотроп и маршрутов в заповедниках и национальных парках за период с 2017 по 2021 г., где, даже несмотря на пандемию, их создание и поддержка были актуальными [3, с. 55]. По сведениям Росстата, самой популярной активностью в национальных парках и заповедниках в 2022 г. были экологические тропы, их посетили 10 млн 970 тыс.

886 туристов. На первом месте по популярности пешие маршруты, на втором – водные, а на третьем – конные [4]. Однако исходя из этих данных можно сделать вывод, что, несмотря на востребованность экотроп, их количество относительно невелико, и имеется большой потенциал для их разработки.



**Рис. 2. Статистические данные по количеству экотроп и маршрутов в государственных природных заповедниках и национальных парках с 2017 по 2021 г.**

Важно использовать природные ресурсы различных ООПТ для ведения планомерной работы по формированию экотроп, которые должны быть безопасными, оснащенными необходимыми средствами для комфортного пребывания людей, но не приносящими вред природе, что достаточно сложно сделать, поскольку антропогенное воздействие на природные комплексы априори могут негативно повлиять на окружающую среду. С целью минимизации антропогенного воздействия на природу необходимо предусмотреть такую инфраструктуру экотроп, которая бы приносила минимальный вред.

Для развития внутреннего экологического туризма необходимо использовать различные ООПТ, ориентируясь на возможные целевые аудитории. Поскольку протяженность и длительность маршрутов экологических троп обычно невелика и рассчитана на прохождение их в течение нескольких часов, логично предположить, что данными туристскими продуктами могут воспользоваться жители близлежащих населенных пунктов, поэтому следует использовать региональные возможности. Как правило, в каждом регионе России имеются какие-либо ООПТ, и все они могут быть задействованы в целях туризма.



Экологические тропы могут быть созданы и вне территорий ООПТ, но, на наш взгляд, статус особо охраняемой природной территории более привлекателен как для разработчиков экотроп, так и для туристов.

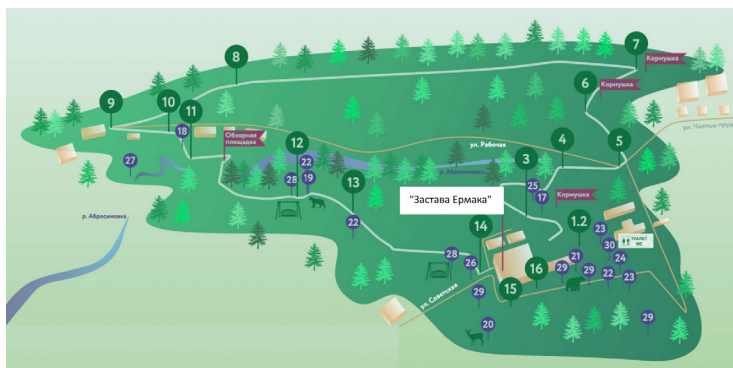
Авторы статьи принимали участие в разработке экологической тропы «Екатерининский бор» в Тарском районе Омской области на территории ООПТ – Государственного природного заказника регионального значения «Урочище Екатерининское». Протяженность маршрута составляет 2240 м. Данная экотропа стала четвертой в регионе. Следует отметить, что в Омской области 21 ООПТ регионального значения и 5 ООПТ местного значения, поэтому имеется значительный потенциал для подобных туристских проектов, причем инициативы могут быть поддержаны на региональном уровне. В Стратегии развития системы особо охраняемых природных территорий в Омской области на период до 2030 года отмечено следующее: «необходимо обеспечить обустройство (в том числе информационное) экскурсионных экологических троп и туристических маршрутов, смотровых площадок, мест наблюдения за дикими животными и других объектов для познавательного туризма и отдыха» [5].

Рассмотрим опыт реализации проекта «Экологическая тропа “Екатерининский бор”», который имеет большое экологическое, образовательно-краеведческое и туристско-экскурсионное значение. Реализация проекта экологической тропы способствовала вовлечению местных сельских жителей в ее обустройство и поддержание в надлежащем состоянии. Открытие данной экологической тропы состоялось 7 октября 2020 г. в селе Екатерининское Тарского района Омской области. Проект был реализован при поддержке Министерства образования Омской области, Управления по развитию туризма Министерства культуры Омской области, Министерства природных ресурсов и экологии Омской области, Администрации Тарского муниципального района. Участниками и партнерами проекта являлись Тарская Епархия, автономная некоммерческая организация «Духовно-патриотический спортивно-оздоровительный центр “Застава Ермака”», Омский государственный технический университет. Финансирование проекта осуществлялось с помощью грантовой поддержки Фонда президентских грантов.

Екатерининский бор – это реликтовый сосновый бор, сохранивший свою первозданную природу с древних веков. Профиль тропы холмистый, что является нетипичным рельефом для Омской области. Воздух

бора насыщен фитонцидами – веществами, которые подавляют развитие болезнетворных микроорганизмов. В бору можно встретить заросли можжевельника. Здесь можно узнать о виде-эдификаторе – «строителе леса» (в Екатерининском бору это «корабельные сосны», высота которых достигает 40 м). В Екатерининском бору также произрастают северные орхидеи. Здесь можно увидеть муравейник, которому более 50 лет; узнать о бабочках и об их миграциях на Африканский континент. На тропе установлены кормушки для птиц. Везением является встреча с красивой косулей. Медведи бродят по тайге, но в нескольких десятках километров от тропы. За их миграциями зорко наблюдают лесники бора. Экскурсовод расскажет также о стоянках древнего человека и о раскопках, об уникальном археологическом памятнике «Катюшин мыс».

При оснащении экотропы актуальной задачей являлась минимизация антропогенного воздействия на природное достояние края, и один из путей – рациональное обустройство территории при участии молодого поколения региона и сельских жителей данной местности. На экотропе имеется большое количество информационных стендов, обзорные площадки, фотозоны, средство размещения туристов «Застава Ермака» и другая инфраструктура (рис. 3). Выбор месторасположения экотропы был осуществлен с учетом сопутствующей инфраструктуры, обеспечивающей транспортную доступность территории и проживание туристов на турбазе «Застава Ермака».

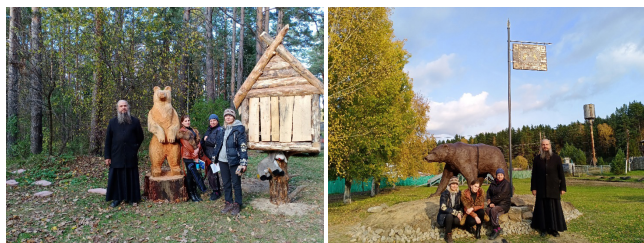


**Рис. 3. Кольцевой маршрут экологической тропы «Екатерининский бор» и размещение информационных стендов**

На рисунках 4–6 показаны различные объекты, расположенные на маршруте. В процессе реализации проекта проводились мероприятия по расчистке территории, осуществлялись благоустроительные работы (устанавливались малые архитектурные формы, создавались тематические экспозиции, фотозоны и т. д.). На спусках и подъемах в отдельных местах были сооружены ступеньки и лесенки с перилами, через ручьи были сооружены мостики. Дорожки в некоторых местах были выложены древесным материалом, который наилучшим образом вписывается в природную среду (см. рис. 4). Экскурсионные программы на маршруте осуществляются не только в летнее, но и в зимнее время (см. рис. 6).



**Рис. 4. Оформление дорожек на маршруте**



**Рис. 5. Оформление фотозон**



**Рис. 6. Экскурсионные программы на маршруте  
в зимнее время года**

Необходимо помнить, что экологическая тропа нуждается в своевременном техническом обслуживании (уборка мусора, уход за экпозициями, санитарная чистка насаждений, обновление маршрутных элементов и т. п.).

Таким образом, мы наблюдаем интерес потребителей и государства к экологическому туризму. Однако в настоящее время требуется решить задачи привлечения инвестиций, особенно для формирования доступной и безопасной среды для туристов с учетом бережного сохранения природных комплексов, создавая комфортную среду с соответствующей инфраструктурой, но при этом не нанося существенного ущерба природе.

#### **Список использованных источников**

1. Федеральная служба государственной статистики Российской Федерации [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://rosstat.gov.ru>. – Дата доступа: 25.08.2023.
2. Дец, И. А. Туризм и другие источники доходов особо охраняемых природных территорий: возможности и перспективы [Электронный ресурс] / И. А. Дец // Современные проблемы сервиса и туризма. – 2018. – № 3. – Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/turizm-i-drugie-istochniki-dohodov-osobo-ohranyaemyh-prirodnyh-territoriy-vozmozhnosti-i-perspektivy>. – Дата доступа: 27.08.2023.
3. Охрана окружающей среды в России. 2022 : статист. сб. / Росстат. – М., 2022. – 115 с.

4. Росстат: Площадь нацпарков за пять лет увеличилась на треть [Электронный ресурс] // Российская газета, федеральный вып. – № 82 (9027). – Режим доступа: <https://rg.ru/2023/04/14/rosstat-ploshchad-nacparkov-za-piat-let-uelichilas-na-tret.html>. – Дата доступа: 25.08.2023.
5. Об утверждении Стратегии развития системы особо охраняемых природных территорий в Омской области на период до 2030 года [Электронный ресурс] : Указ Губернатора Омской области от 14.10.2021 № 164. – Режим доступа: <https://docs.cntd.ru/document/577909360>. – Дата доступа: 27.08.2023.

## ПОТЕНЦИАЛ ТУРИСТИЧЕСКОЙ ИНФРАСТРУКТУРЫ ДУБАЯ

О. Ю. Латышев<sup>1</sup>, П. А. Латышева<sup>1</sup>, М. Радаэлли<sup>2</sup>, М. Луизетто<sup>3</sup>

<sup>1</sup>Международная Мариинская академия имени  
М. Д. Шаповаленко, Кленовый бульвар, 18,  
115470, г. Москва, Россия, para888@list.ru,

<sup>2</sup>Международная Мариинская академия имени  
М. Д. Шаповаленко, Виале Белисарио, 9,  
20145, г. Милан, Италия, radamass1@gmail.com,

<sup>3</sup>Международная Мариинская академия имени  
М. Д. Шаповаленко, Виа дель Токаи, 8/б, 31045,  
Мотта ди Ливенца ТВ, Италия

**Аннотация.** В статье рассматривается потенциал дубайской инфраструктуры туризма, развиваемой в настоящий момент во многих направлениях, принимая во внимание самые различные пожелания целевой аудитории. Это позволяет Дубаю занимать самые высокие места в рейтингах туристической индустрии.

**Ключевые слова:** ОАЭ, Дубай, инфраструктура, туризм, туристическая индустрия, отдых, культура, спорт.

**Образец цитирования:** Латышев, О. Ю. Потенциал туристической инфраструктуры Дубая / О. Ю. Латышев, П. А. Латышева, М. Радаэлли, М. Луизетто // Перспективы развития туризма в современных условиях: мировые тенденции и региональные контексты : материалы III Междунар. науч.-практ. конф., Минск, 28 сент. 2023 г. / Национальное агентство по туризму ; редкол.: И. Н. Воронович (предс.) [и др.]. – Минск, 2023. – С. 318–325.

# THE POTENTIAL OF DUBAI'S TOURIST INFRASTRUCTURE

O. Latyshev<sup>1</sup>, P. Latysheva<sup>1</sup>, M. Radaelli<sup>2</sup>, M. Luisetto<sup>3</sup>

<sup>1</sup>International Mariinskaya Academy named after M. Shapovalenko, Klenovy Boulevard, 18, 115470, Moscow, Russia, papa888@list.ru,

<sup>2</sup>BelInternational Mariinskaya Academy named after M. Shapovalenko, Viale Belisario, 9, 20145, Milano MI, Italy, radamass1@gmail.com,

<sup>3</sup>International Mariinskaya Academy named after M. Shapovalenko, Via del Tocai, 8/b, 31045, Motta di Livenza TV, Italy

**Annotation.** The article discusses the potential of the Dubai tourism infrastructure, which is currently being developed in many directions, taking into account the most diverse wishes of the target audience. This allows Dubai to occupy the highest places in the tourism industry rankings.

**Keywords:** UAE, Dubai, infrastructure, tourism, tourism industry, recreation, culture, sports.

**For citation:** Latyshev, O. The potential of Dubai's tourist infrastructure / O. Latyshev, P. Latysheva, M. Radaelli, M. Luisetto // Prospects for the development of tourism in modern conditions: global trends and regional contexts : materials of the III Int. sci.-pract. conf., Minsk, 28 Sept. 2023 / National Agency for Tourism ; ed.: I. Voronovich (chair.) [et al.]. – Minsk, 2023. – P. 318–325.

Туристическая инфраструктура эмирата Дубай отличается высоким потенциалом. Несмотря на обилие естественных ограничений, налагаемых чрезвычайно жарким аридным климатом пустыни, руководство данного мегаполиса принимает оптимум мер для постоянного повышения его туристической привлекательности. Созданием горнолыжной трассы и катанием на национальных лодках между деревьями мангровых лесов совершенно не исчерпывается ряд предложений дубайской туристической индустрии туристам из различных стран мира.

Желая за предстоящие полвека стать культурной столицей мира, Дубай стремится дополнить широко распространенные здесь направления спортивного, медицинского, религиозного, экологического туризма возможностями посещения туристами многочисленных

выставок, концертов, спектаклей и иных культурных мероприятий, которые именно на данной территории происходят наиболее масштабно, ярко и убедительно.

По мере возрастания туристического потока возникает осязаемая потребность в построении новых гостиничных комплексов, а по мере возможности – и их плотной привязки к береговой линии Персидского залива. Е. В. Петрова полагает, что расширение сферы объектов инфраструктуры, поддерживающих развитие духовной культуры туристов и местного населения, может оказать существенное и своевременное влияние на характер поступательного роста вариативности потребностей аудитории. Данная аудитория надеется в наибольшей степени удовлетворить их именно на территории Дубая, нежели в каких-либо иных столь же привлекательных инфраструктурно развитых ареалах мирового туризма [1, с. 58].

В свою очередь Н. А. Шамшеева выражает глубокую убежденность в том, что возрастание мировой известности Дубая непосредственно в качестве источника принципиально новых ощущений для ускоренного развития личности каждого туриста создаст объективные необходимые предпосылки для создания в данном эмирате обширного кластера музеев, выставочных комплексов. В отличие от «ЭКСПО-2020» они станут работать на постоянной основе и привлекать к себе все большее количество туристов из различных стран [1, с. 74].

С одной стороны, Дубай может при этом ярко и разносторонне продемонстрировать собственные традиции туризма и гостеприимства, а с другой – позволить каждой стране мира привлекать все новые туристические потоки посредством демонстрации своих традиций, которые способны вызвать широкий живой интерес у всевозрастающей аудитории.

Согласно мнению, высказанному В. Н. Ильиным, уже не только так называемая инстаграмная архитектура как достаточно необычный фон для многочисленных фотографий и видео, снимаемых многими туристами, но и собственно архитектура, создающая условия для демонстрации природных и культурных богатств коренного народа эмирата и дружественных народов также способна явиться ярким выражением инфраструктурного потенциала сферы туризма в Дубае [2, с. 34].

Л. Н. Макаровой представляется, что изобразительное искусство, равно как и скульптура, различные виды анимационного искусства,



не могут и не должны ограничиваться на территории Объединенных Арабских Эмиратов замечательным самобытным во всех отношениях зданием Лувра в Абу-Даби [2, с. 47]. Однако, для того чтобы вновь созданные музеи Дубая в должной степени отражали ожидания как можно большего количества представителей туристической аудитории, наиболее целесообразным видится проведение среди туристов, приезжающих в Дубай, социологических опросов. Это поможет получить развернутое представление о том, что с наибольшим энтузиазмом могло бы побудить их прибыть сюда вторично [3, с. 49].

В. А. Подкопаева склонна утверждать, что потенциал архитектуры и искусства, которые представлены на территории Дубая и могут появиться здесь же еще в большем количестве, способны сыграть определяющую роль не только в удовлетворении собственно культурных потребностей туристов с различных континентов, но также и в социализации учащихся, студентов и ученых.

При этом коллега имеет в виду старшекласников, студентов вузов и их преподавателей, прибывающих в Дубай по программам академической мобильности своих образовательных учреждений и по собственной инициативе под влиянием возрастающей популярности эмирата.

Благодаря этому станет возможным применение инфраструктурного потенциала туристической индустрии Дубая в решении широкого круга задач общественного характера. При этом понимается, что каждый подобный турист может приезжать в данный эмират не только отдыхать и развлекаться, но одновременно с этим также принимать конструктивное участие в непосредственном развитии туристической индустрии, ее конкретных объектов [3, с. 27].

Л. П. Чайкина видит возможным использовать литературное и лингвистическое краеведение, реализуемое на объектах туристической индустрии, имеющих относительно продолжительный срок существования на фоне практически тотальной новизны подавляющего большинства архитектурных сооружений в Дубае, поскольку в вышеназванном процессе социализации учащихся, студентов и ученых может возыметь действие высокая скорость не только собственно развития дубайской архитектуры, но вместе с тем также и накопления культурных богатств, созданных совместно местными жителями и многочисленными туристами [4, с. 77].

Следует понимать, что строки стихотворных произведений Шейха Дубая Мухаммеда бин Рашида аль Мактума, начертанные на

фасадах музея будущего в данном мегаполисе, могут служить ярким подтверждением реальности совокупного конструктивного воздействия архитектуры, языка и литературного творчества на умы и сердца как жителей эмирата, так и многих его гостей.

Рассматривая подобные оригинальные объекты, наиболее любознательные туристы неизбежно получают при этом неоценимый опыт взаимодействия с местной культурой, проникаясь которой и учась уважать которую они будут стремиться побывать в Дубае еще и еще раз.

Однако при этом их последующие появления на территории Дубая, как правило, уже не будут ограничиваться участием в турах. Их смогут привлечь проводимые здесь конкурсы, фестивали, соревнования, конференции и другие мероприятия, увеличение числа которых также повлечет за собой увеличение масштабов и совершенствование объектов туристической инфраструктуры.

Посещение туристами, в том числе и юными, театрализованных представлений и концертов в Дубае также послужит дополнительным подтверждением корректности модели благоприятного воздействия мероприятий, проводимых в объектах инфраструктуры туризма, на развитие побуждающего начала для продолжения знакомства с Дубаем и демонстрации здесь уже своего творчества.

Поэтапная трансформация туриста в участника культурной жизни Дубая будет предполагать постепенное вовлечение в круг объектов туристической инфраструктуры также и архитектурных сооружений, ранее к ней либо не относимых, либо не относимых практически.

В первую очередь, поддержке развития туризма в Дубае будут служить учреждения культуры и образования, которые изначально не предполагалось включать в туристическую инфраструктуру, поскольку обучение и развлечение коренных дубайцев было их основным назначением.

С течением времени выяснилось, что многочисленные уроженцы Дубая отдают предпочтение образованию в различных странах мира, поскольку правительство данного эмирата выражает готовность оказывать материальную поддержку его молодым жителям в осуществлении подобных планов.

Таким образом, произошло существенное высвобождение мест для обучения иностранных граждан и увеличение уровня окупаемости таких вузов за счет полномасштабной оплаты ими всего перечня образовательных услуг, предоставляемых на дубайской территории.

Иностранцы студенты в Дубае в свободное от учебы время тоже ведут себя как туристы, поскольку стремление лучше изучить среду своего длительного проживания побуждает каждого такого студента совершать внутригородские и междугородные вояжи познавательной направленности.

Соответственно, работа дубайских вузов на туризм и развитие его непосредственной инфраструктуры позволяет последней в особой мере приобрести существенно больший потенциал и удовлетворять нужды широкого круга пользователей – как граждан Дубая, так и его гостей.

Аналогичным образом учреждения культуры Дубая, изначально не планировавшиеся для обслуживания туристического потока, с течением времени также вошли в состав туристической инфраструктуры данного эмирата, существенно увеличивая ее рабочий потенциал на долгие годы вперед.

Постепенно практика показала, что коренные жители Дубая, имеющие достойное материальное обеспечение, совершенно не готовы ограничиваться реализацией индивидуальной или семейной культурной программы исключительно в пределах родного мегаполиса.

Соответственно, выезд многих дубайцев в отпускной сезон за рубеж, в особенности – в чрезвычайно жаркие летние месяцы, неизбежно повлек за собой переориентацию многих учреждений культуры на обслуживание туристического потока с определенными коррективами в программе работы.

Таким образом, инфраструктура туризма в Дубае приобрела значительный дополнительный потенциал не столько за счет строительства новых социокультурных объектов, сколько путем перепрофилирования ранее существовавших учреждений культуры под нужды туристов.

В несколько меньшей степени произошло подобное и с объектами спортивного назначения. Учитывая особую приверженность идеалам спорта и здорового образа жизни у подавляющего большинства коренных жителей Дубая, можно принять во внимание, почему стадионы, велотреки и теннисные корты они преимущественно оставили за собой.

Но это абсолютно не означает, что туристы были оставлены без фитнес-центров, стадионов, велодорожек и прочих спортивных сооружений. В противном случае это могло бы привести к постепенному

падению туристического потока в Дубае и прилегающих к нему эмиратах.

Поэтому представляется целесообразным утверждать, что и спортивные объекты, хотя и в меньшей степени, нежели учреждения образования и культуры, были перепрофилированы исходя из ключевых потребностей значительного количества иностранных туристов.

В заключение видится необходимым сделать вывод, что инфраструктура туризма постоянно приобретает все новый и новый потенциал посредством перепрофилирования многочисленных сооружений внутреннего пользования в объекты, так или иначе отражающие потребности туриста.

Безусловно, высокими темпами идет и инфраструктурное строительство, поскольку каждый объект должен отвечать самым передовым требованиям, которые предъявляются в мире к сооружениям подобного рода, а также вполне конкретным ожиданиям каждого туриста.

Стремление руководства Дубая совместить в принадлежащем ему мегаполисе качества мировых столиц спорта, финансов, культуры и иных важных сфер повседневной жизни диктует поступательное развитие инфраструктуры туризма, которая призвана обеспечить достойное безнефтяное будущее.

И именно сейчас, пока углеводородное сырье все еще составляет постоянно уменьшающийся процент в перечне доходов эмирата Дубай, значительные усилия прилагаются для того, чтобы насытить туристическую инфраструктуру наиболее передовыми звеньями.

В ряде случаев такие здания и сооружения носят беспрецедентный характер, что постоянно содействует повышению туристической привлекательности данного эмирата. Так называемая инстаграмность и безупречный сервис в сфере туризма позволяют туристам вновь и вновь выбирать Дубай в качестве направления своих если не постоянных, то достаточно частых поездок.

Даже в том случае, если последствия мирового экономического кризиса продолжают оказывать то или иное негативное влияние на судьбу дубайского туризма, на общемировом фоне уровень его туристической инфраструктуры будет обладать неизменно высоким потенциалом.

Исходя из этого, следует высказать глубокое убеждение в том, что такой потенциал будет нарастать с каждым годом все в большей

степени, привлекая к Дубаю взоры все новых и новых миллионов туристов в течение каждого предстоящего туристического сезона.

### Список литературы

1. Латышев, О. Ю. Духовно-нравственное воспитание на казачьих традициях в социализации учащихся, студентов и ученых / О. Ю. Латышев, Е. В. Петрова, Н. А. Шамшеева. – Saarbrücken : LAP Lambert Academic Publishing, 2016. – 260 с.
2. Латышев, О. Ю. Вопросы архитектуры и искусства в социализации учащихся, студентов и ученых / О. Ю. Латышев, В. Н. Ильин, Л. Н. Макарова, В. А. Подкопаева. – Saarbrücken : LAP Lambert Academic publishing, 2018. – 109 с.
3. Латышев, О. Ю. Историко-художественное краеведение в социализации учащихся, студентов и ученых / О. Ю. Латышев, В. Н. Ильин, Л. Н. Макарова, В. А. Подкопаева. – Saarbrücken : LAP Lambert Academic publishing, 2016. – 140 с.
4. Латышев, О. Ю. Литературное и лингвистическое краеведение в социализации учащихся, студентов и ученых / О. Ю. Латышев, Л. П. Чайкина. – Saarbrücken : LAP Lambert Academic publishing, 2015. – 223 с.

## **ОСОБЕННОСТИ СОСТОЯНИЯ ЗАНЯТОСТИ В ТУРИСТСКОЙ ИНДУСТРИИ РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ**

**Н. Н. Морозова**

Государственное научное учреждение  
«Институт экономики НАН Беларуси»,  
ул. Сурганова, 1, корп. 2, 220072,  
г. Минск, Беларусь, morozova7373@mail.ru

**Аннотация.** В статье рассматриваются сфера туризма и особенности процессов занятости, специфические для данного вида оказываемых услуг. Отмечается, что изменения социально-экономических процессов под воздействием внешних факторов отражаются на структуре туристических потоков и, соответственно, доле занятых на рынке труда. Автором проанализированы основные показатели туризма в Республике Беларусь и в региональном разрезе. Целью исследования явилось выявление тенденций и формирование предложений по совершенствованию сферы туризма и обеспечению эффективной занятости.

**Ключевые слова:** Республика Беларусь, занятость, рынок труда, туризм, туристическая индустрия, туристические услуги, предпринимательство.

**Образец цитирования:** Морозова, Н. Н. Особенности состояния занятости в туристской индустрии Республики Беларусь / Н. Н. Морозова // Перспективы развития туризма в современных условиях: мировые тенденции и региональные контексты : материалы III Междунар. науч.-практ. конф., Минск, 28 сент. 2023 г. / Национальное агентство по туризму ; редкол.: И. Н. Воронович (предс.) [и др.]. – Минск, 2023. – С. 326–338.

# FEATURES OF THE STATE OF EMPLOYMENT IN THE TOURISM INDUSTRY OF THE REPUBLIC OF BELARUS

**N. Morozova**

State Scientific Institution «The Institute of Economics  
of the National Academy of Sciences of Belarus»,  
Surganova Street, 1, c. 2, 220072, Minsk, Belarus,  
morozova7373@mail.ru

**Annotation.** The article discusses the sphere of tourism and the peculiarities of employment processes specific to this type of services provided. It is noted that changes in socio-economic processes under the influence of external factors affect the structure of tourist flows and, accordingly, the share of people employed in the labor market. The author analyzed the main indicators of tourism in the Republic of Belarus and in a regional context. The purpose of the study was to identify trends and form proposals for improving the tourism sector and ensuring effective employment.

**Keywords:** Republic of Belarus, employment, labor market, tourism, travel industry, tourism services, entrepreneurship.

**For citation:** Morozova, N. Features of the state of employment in the tourism industry of the Republic of Belarus / N. Morozova // Prospects for the development of tourism in modern conditions: global trends and regional contexts : materials of the III Int. sci.-pract. conf., Minsk, 28 Sept. 2023 / National Agency for Tourism ; ed.: I. Voronovich (chair.) [et al.]. – Minsk, 2023. – P. 326–338.

Туризм – одно из приоритетных направлений развития экономики Беларуси. В Программе социально-экономического развития Республики Беларусь на 2021–2025 годы, в гл. 6 «Укрепление экономического потенциала» п. 6.5. по ускоренному развитию сферы услуг, наряду с транспортным комплексом и потребительским рынком выделяется туристическая индустрия. Именно здесь отмечается, что «предстоит сосредоточиться на формировании культуры отдыха в Беларуси, популяризации отдыха и оздоровления, а также путешествий внутри страны» [1]. Беларусь обладает богатейшим природным и культурным

потенциалом, способствующим как внутреннему, так и международному туризму. Заметим, что данная сфера услуг выполняет важную социальную функцию по восстановлению и укреплению жизненного потенциала человека, способствует всестороннему развитию личности, формированию в стране высококачественного человеческого капитала.

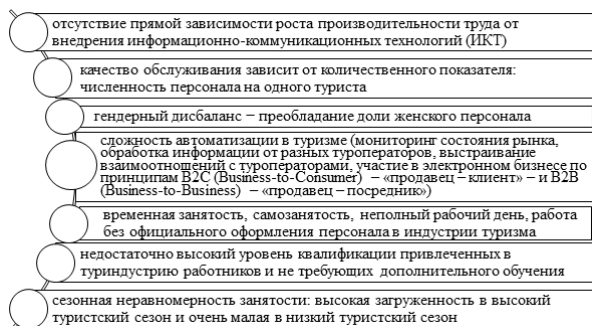
С позиции экономической составляющей развитие туризма оказывает значительное влияние, во-первых, на формирование внутреннего валового продукта (ВВП), эффективное функционирование совокупности отраслей экономики (торговля, транспорт, связь, строительство, производство и продажа товаров), а во-вторых, на создание новых рабочих мест, что способствует обеспечению занятости населения. По данным официальной статистики, согласно результатам построения вспомогательного счета туризма Республики Беларусь, вклад сферы туризма в ВВП за последние 5 лет имел вариационный характер с учетом внешних факторов: в 2016 г. – 2,2 %; 2018 г. – 2,5 %; 2020 г. – 1,4 % [2]. Туризм как вид предпринимательской деятельности связан с определенной долей риска, зависящего от экономической, социальной и политической ситуации. Для развития туристической индустрии требуется соответствующая инфраструктура (размещение, питание, транспортная сеть, медобслуживание, страхование, безопасность, средства связи, коммунальная сфера, объекты культурного наследия, индустрия развлечений и др.) с наличием туристических ресурсов, квалифицированными кадрами соответствующей специальности.

Туризм обеспечивает приток валюты в страну, загрузку гостиничных комплексов, развлекательных центров, улучшение инфраструктуры, обеспечивая тем самым экономический рост страны. Индустрия туризма создана на использовании местных туристических ресурсов с задействованием хозяйствующих субъектов малого и среднего бизнеса, в ходе которого доход получают как предприниматели, так и государство.

В отличие от занятости в других сферах и видах экономической деятельности, туристическая индустрия имеет свои особенности (рис. 1). Процесс создания и потребления туристических услуг в большинстве случаев предполагает личный контакт исполнителя услуги с ее потребителем, всесторонний учет индивидуальных предпочтений и потребностей клиентов. Особенность занятости в сфере туризма состоит в характере сезонности, выражающейся в неравномерности туристических



потоков: рост спроса на туруслуги в летний период и при длительных праздничных выходных. Отметим, что занятость в туриндустрии характеризуется составом работников с разным уровнем квалификации (от базового среднего уровня – горничные, официанты, кухонные работники – до кадров высшей научной квалификации – руководящий и управленческий состав).



**Рис. 1. Особенности занятости в туристской индустрии**

Примечание: составлено автором на основе эмпирических исследований.

Туризм охватывает множество разнообразных секторов экономики, что усложняет точную оценку численности работников, занятых в сфере туризма. Согласно собирательным группировкам по видам экономической деятельности, в соответствии с Общегосударственным классификатором Республики Беларусь ОКРБ 005-2011 «Виды экономической деятельности», сфера туризма включает: размещение посетителей; деятельность по предоставлению услуг общественного питания; пассажирские перевозки железнодорожным, автомобильным, водным и воздушным транспортом; туристическую деятельность и услуги по бронированию; деятельность в сфере культуры, спорта и досуга; розничную торговлю характерными для туризма страны товарами; деятельность, связанную с производством смежных туристических продуктов [3]. Следовательно, реальная оценка затрудняется из-за специфического характера труда и разнообразных связей между туристским сектором и другими секторами экономики. В то же время трудозатраты можно ассоциировать с общим объемом производства, но невозможно осуществлять прямое наблюдение за занятостью в сфере туризма, имея в виду занятость, которая строго увязана

с товарами и услугами (характерными для туризма, смежными и др.), приобретаемыми посетителями и производимыми либо отраслями туризма, либо другими отраслями. В этой связи следует различать дефиниции «занятость в отраслях туризма» и «занятость в сфере туризма». Развитие сферы туристической индустрии создает много рабочих мест в странах независимо от уровня их развития и является определяющим для небольших стран, которые существенно зависят от данной сферы услуг. В крупных индустриальных странах в туристической отрасли работает в среднем около 5 % трудоспособного населения.

По данным Всемирной туристской организации (ВТО), комплексное обслуживание одного туриста эквивалентно созданию 9 новых рабочих мест, стоимость создания которых в несколько раз ниже по сравнению с другими отраслями народного хозяйства [4, с. 28]. Большая часть работающих в туризме занята в гостиничном и ресторанном бизнесе, транспортной сфере и туристических агентствах, а прямой эффект занятости связан в первую очередь с непосредственным обслуживанием туристов. В среднем, по оценкам ученых, на одного работника, занятого в туристической отрасли, приходится 1,5 человека, занятых в сопутствующих отраслях (торговле, бытовом обслуживании, связи, страховании и др.). Рассмотрим ключевые показатели развития туризма в нашей стране (табл. 1).

Таблица 1. Динамика показателей развития туризма в Республике Беларусь

Показатели развития туризма	2018	2019	2020	2021	2022	Темп роста, %
Число организаций, осуществлявших туристическую деятельность, единиц	1482	1544	1348	1315	1203	81,17
Число туристических поездок иностранных граждан в Республику Беларусь (с учетом пересечения белорусско-российской границы), тыс. поездок	11501,6	11832,1	3598,5	3361,0	4920,5	42,78
Темп роста: цепной среднегодовой	—	1,03	0,30	0,93	1,46	— 0,81
Число туристических поездок граждан Республики Беларусь за границу (с учетом пересечения белорусско-российской границы), тыс. поездок	9325,9	9221,2	2810,4	2615,6	3868,7	41,48

Окончание табл. 1

Темп роста: цепной среднегодовой	– –	0,99	0,30	0,93	1,48	– 0,80
Выручка от оказания туристических услуг, млн руб.	212,9	282,5	110,7	327,9	385,7	181,16
Средний официальный курс белорусского рубля к доллару США, рассчитанный как средняя геометрическая величина	2,0366	2,0914	2,4349	2,5382	2,6199	128,64
Выручка от оказания туристических услуг, долл. США.	104,54	135,08	45,46	129,19	147,22	140,83
Численность занятых в сфере туризма (в среднем за год), тыс. чел.	255,6	257,8	195,4	192,1	189,8	74,26
Темп роста: цепной среднегодовой	– –	1,01	0,76	0,98	0,99	– 0,93
в процентах к общей численности занятых в экономике	5,9	6,0	4,5	4,5	4,5	–
Номинальная начисленная среднемесячная заработная плата работников организаций, занятых в сфере туризма, руб.	784,9	875,1	1028,7	1170,6	1328,3	169,23
Среднемесячная заработная плата работников организаций, занятых в сфере туризма, долл. США.	385,40	418,43	422,48	461,19	507,00	131,55

Примечание: рассчитано автором на основе данных Белстата и Нацбанка [2, с. 7–8; 5].

Складывающаяся в стране экономическая ситуация напрямую отразилась на показателях развития туризма, имея вариационный характер, связанный как с пандемией COVID-19 в конце 2019 г., так и с введением наиболее серьезных санкций западных стран в 2022 г. Так, число организаций, осуществлявших туристическую деятельность, сократилось с 2018 по 2022 г. на 18,83 %, при этом среднегодовой темп снижения составил 0,95 %. В таблице 1 представлены основные данные: число туристических поездок в Республику Беларусь и за ее пределы; объемы выручки; численность занятых в сфере туризма; уровень заработной платы персонала. Отметим, что число туристических поездок иностранных граждан в Республику Беларусь было несколько выше,

чем белорусов за границу, при этом тенденция сокращения туристической активности сократилась по въезду на 57,22 %, или 6581,1 тыс. поездок, а по выезду – на 58,52 %, или 5457,2 тыс. поездок. Среднегодовой темп снижения примерно был на одном уровне – 0,81 и 0,80 соответственно. В то же время выручка от оказания туристических услуг в действующих ценах выросла на 81,16 %, а в пересчете на условные денежные единицы (доллары США) – на 28,64 %, что в определенной степени связано с удорожанием стоимости туруслуг и ростом доходов (заработная плата в пересчете на доллары выросла на 31,55 %).

Сокращение численности занятых в сфере туризма, рассматривая пятилетний период с 2018 по 2022 г., наблюдается с 2020 г., что обусловлено рядом причин: снижение занятого населения в экономике в целом; нестабильность социально-экономического положения в стране из-за воздействия внешних факторов, приводящих к турбулентному состоянию экономики. Однако, анализируя структуру занятых в туристской отрасли на протяжении последних 3 лет, можно заметить, что их доля в общей численности занятых в экономике остается стабильной – на уровне 4,5 %, что дает основание говорить о востребованности отрасли и потенциале ее развития.

В то же время исследования белорусского туристского рынка свидетельствуют, что большинство предприятий и организаций индустрии туризма не уделяют должного внимания кадровой политике и менеджменту персонала, считая персонал вспомогательным элементом, в результате чего наблюдается большая текучесть персонала в индустрии туризма. В наше время туристические компании вынуждены быть не только клиентоориентированными, но и сотрудникоориентированными. Привлечение и удержание ценных сотрудников становится порой критическим фактором успеха бизнеса. Современная жизнь заставляет компании настраивать инструменты по управлению персоналом все более и более тонко и виртуозно, используя индивидуальный подход как к различным группам персонала, так и к каждому ценному сотруднику, что требует высокого профессионализма от специалистов и руководителей. Многие предприятия индустрии туризма, туристские агентства и коллективные средства размещения чаще всего подают объявления о вакантных должностях в конце зимы и в начале весны – до наступления значительного туристского сезона. Безусловно, как было отмечено ранее, работа в турфирмах носит преимущественно сезонный характер. В то же время,

как показывает опыт работы туристских организаций, сотрудники, положительно зарекомендовавшие себя в течение работы в туристский сезон, зачастую переводятся руководством в основной штат.

Если мы посмотрим на ситуацию в региональном аспекте, то лидерами по числу организаций, осуществлявших туристическую деятельность, среди регионов Беларуси в 2022 г. были: г. Минск – 595 организаций, Витебская область – 140, Гомельская – 113, которые соответственно обслужили 503,8 тыс. человек туристов и экскурсанта, 224,5 тыс. человек и 86,3 тыс. человек. Отметим, что в Витебской области в среднем на одну организацию приходилось 1,6 тыс. численности обслуженных туристов и экскурсанта, в то время как по г. Минску – 840 человек, Гомельской области – 760 человек. Численность размещенных лиц в целом по 7 регионам и в средствах размещения, предоставленных индивидуальными предпринимателями (ИП) отражена на рисунке 2. Согласно картодиаграмме, наиболее развит малый бизнес по туриндустрии в восточном регионе. Так, в Гродненской области 53,6 % от количества размещенных лиц воспользовались местами, которые были организованы и предоставлены ИП, в Брестской – 39,6 %, Гомельской – 37,2 %, в Витебской области – 24 %. Развитие малого предпринимательства в сфере туризма и сопутствующих сферах позволит повысить уровень экономического развития регионов.



**Рис. 2. Картодиаграмма по областям и г. Минску в 2022 г. [2, с. 18, 23]**

Зарубежный опыт показал, что туризм является мощной индустрией, социальным и политическим явлением, влияющим на экономику многих стран. Последние 20 лет развитие международного туризма характеризовалось опережающими темпами роста по сравнению с мировым экспортом товаров и услуг. Важнейшим фактором долгосрочного успеха предприятий индустрии туризма и бизнеса является квалифицированный подбор, сохранение и развитие персонала. Многие западные туристские предприятия и организации вкладывают значительные финансовые средства и инвестиции для основательной подготовки квалифицированного персонала и менеджеров по персоналу, учитывающие грамотный и компетентный рекрутинг, образование, специальные знания и умения. Например, в США интенсивно разрабатываются направления по вопросам управления кадрами, внедряются новые подходы к деятельности персонала по работе с кадрами (отбор, подготовка, повышение квалификации, совершенствование системы оплаты труда). Подобные тенденции можно отметить и в работе европейских компаний с формированием определенных компетенций (опыт работы и обучения, способ общения при работе с клиентами и т. п.). Переход к новым технологиям требует значительных затрат, связанных с обновлением знаний. Как известно, переподготовить работников дешевле, чем заменить их, поэтому нужна выстроенная система постоянного повышения квалификации всех занятых в процессе перехода от одного набора требуемых знаний и навыков к другому. Важно привить работнику осознание того, как повышение производительности труда, качества и конкурентоспособности предоставляемых услуг и предлагаемой продукции может оказывать влияние на их собственный уровень жизни и гарантию занятости. Сегодня основными факторами конкурентоспособности туристической индустрии стали обеспеченность рабочей силой, степень ее мотивации, организационные структуры и форма работы, определяющие эффективность использования персонала. Занятость в туризме можно измерить как:

- численность людей, занятых в отраслях туризма на одном из рабочих мест;
- численность занятых в отраслях туризма на своем основном рабочем месте;
- число рабочих мест в отраслях туризма.

Безусловно, число занятых будет зависеть от потребительских предпочтений и потребностей в туруслугах. По данным Всемирной

туристской организации, основными трендами в путешествиях в 2023 г. станет выбор направлений, предлагающих оптимальное соотношение цены и качества. Экономическая ситуация может привести к тому, что в 2023 г. туристы станут больше экономить на поездках, сократив не только расходы на путешествия и их продолжительность, но и предпочитая направления ближе к дому. Так, например, в российской литературе оценка ситуации в сфере туризма показывает, что резиденты России уже понемногу привыкают к мысли, что необязательно выезжать из страны, чтобы отдыхать у моря, наслаждаться хорошим сервисом и съездить на различные экскурсии. Российские туристы раньше ездили отдыхать на разные курорты, но в настоящий момент ситуация изменилась, причиной чего оказался целый ряд внутренних и внешних факторов. Ключевой причиной сегодня выступают санкции Запада, как в материальном выражении, так и в личном отношении к России и ее гражданам. Гаврилова И. В. отмечает: «В лидирующих европейских странах: Германии, Франции, Великобритании население считает, что на международной арене Россия занимает положение “агрессора” и виновна во внутригосударственном конфликте Украины, что повлекло закрытие границ Европы на въезд для российских граждан» [6, с. 660]. По этой же причине жители Беларуси также сократили свои выезды в страны Европы и в большей степени переориентировались на внутренний туризм и юго-восточные страны.

В ходе теоретико-методологического анализа туриндустрии выявлены направления для развития сферы туризма и обеспечения эффективной занятости:

- переориентация белорусского туристского комплекса с выездного на развитие внутреннего туризма будет способствовать обеспечению занятости, сохранению рабочих мест, вкладу в ВВП и развитию сферы услуг;
- сокращение туристских потоков увеличивает риски высвобождения работников при сворачивании своей деятельности в сфере туризма, поэтому необходима грамотная политика управления социальными аспектами путем создания программ занятости, позволяющих работникам туристической индустрии трудоустроиться в межсезонные периоды, а также создания гибких чередующихся рабочих дней либо сокращение рабочего дня для сохранения рабочих мест [7, с. 225];

- совершенствование управления туристской организацией должно быть направлено на рынок, клиентов, конкурентов, персонал организации и его профессионализм, систему менеджмента туристической фирмы, специальные подразделения кадровых служб в туристическом бизнесе;
- пересмотр системы оплаты труда, использование стимулов и методологии премирования в зависимости от категории работников и видов работ, обеспечение мотивации с ориентацией на коллектив [8, с. 506];
- организация эффективного сотрудничества образовательных учреждений, осуществляющих подготовку кадров по разным направлениям (администратор гостиницы, администратор коллективных средств размещения и предприятий питания, менеджер по туризму, менеджер по работе с клиентами, менеджер ресторана, гид-экскурсовод, гид-переводчик, организатор досуга, официант, туроператор, метрдотель, бармен, горничная и др.) и представителей туристического бизнеса, сервиса;
- проведение мониторинга рынка труда в сфере туризма и прогнозирование потребности в кадровом обеспечении туристической индустрии регионов;
- стимулирование развития малого предпринимательства в сфере туризма и, как следствие, увеличение доли самозанятых и создание дополнительных рабочих мест;
- развитие инфраструктуры и повышение конкурентоспособности белорусского рынка туристических услуг, который бы удовлетворял потребности местных жителей и иностранных туристов в качественных и необходимых туристических услугах;
- стимулирование деятельности в направлении развития курортных регионов, создания малых и средних предприятий на этих рынках, привлекая местных (национальных) инвесторов, обладающих опытом деятельности в туристической индустрии;
- обеспечение роста внутреннего туризма за счет формирования как положительных (уровень патриотизма среди местного населения), так и неблагоприятных факторов (складывающаяся экономическая ситуация, подорожание туров на зарубежных курортах, санкции и отношение Запада).



### Список литературы

1. Программа социально-экономического развития Республики Беларусь на 2021–2025 годы [Электронный ресурс] : Указ Президента Респ. Беларусь, 29 июля 2021 г., № 292 (в ред. от 23.06.2023 № 180) // Онлайн-сервис готовых правовых решений ilex / ООО «ЮрСпектр», Нац. центр правовой информ. Респ. Беларусь. – Режим доступа: <https://ilex-private.ilex.by>. – Дата доступа: 02.07.2023.
2. Туризм и туристические ресурсы в Республике Беларусь : стат. буклет // Национальный статистический комитет Респ. Беларусь. – Минск, 2023. – 28 с.
3. Собираемые группировки по видам экономической деятельности в соответствии с общегосударственным классификатором Республики Беларусь ОКРБ 005-2011 «Виды экономической деятельности» [Электронный ресурс] : постановление Минэкономики Респ. Беларусь, Нац. стат. комитета Респ. Беларусь, Госкомитета по стандартизации Респ. Беларусь от 27 дек. 2013 г., № 97/262/73 (в ред. постановлений Минэкономики, Белстата, Госстандарта от 29.12.2015 № 73/216/60, от 18.02.2019 № 3/5/10) // Онлайн-сервис готовых правовых решений ilex / ООО «ЮрСпектр», Нац. центр правовой информ. Респ. Беларусь. – Режим доступа: <https://ilex-private.ilex.by>. – Дата доступа: 02.07.2023.
4. Ермакова, Ж. А. Тенденции и перспективы развития рынка труда в туристской индустрии Российской Федерации / Ж. А. Ермакова, Ю. Е. Холодилина // Интеллект. Инновации. Инвестиции. – 2019. – № 7. – С. 27–35.
5. Средний официальный курс белорусского рубля по отношению к иностранным валютам за 2022 год [Электронный ресурс] // Национальный банк Республики Беларусь, 2000–2023. – Режим доступа: <https://www.nbrb.by/statistics/rates/avgrate>. – Дата доступа: 02.07.2023.
6. Гаврилова, И. В. Развитие малого бизнеса в сфере туризма в России / И. В. Гаврилова, А. А. Каблукова, К. С. Колосова. // Молодой ученый. – 2016. – № 10 (114). – С. 659–663. – Режим доступа: <https://moluch.ru/archive/114/29874>. – Дата доступа: 02.06.2023.

7. Морозова, Н. Н. Траектория развития туристской индустрии путем эффективного управления персоналом / Н. Н. Морозова // Перспективы развития туризма в современных условиях: мировые тенденции и региональные контексты : материалы II междунар. науч.-практ. конф. Минск, 28 сент. 2022 г. / редкол. : И. Н. Воронович [и др.]. // Нац. Агенство по туризму. – Минск : Колорград, 2022. – С. 220–226.
8. Морозова, Н. Н. Оценка влияния мотивационных факторов на повышение эффективности труда в сфере услуг / Н. Н. Морозова // Актуальные проблемы социально-экономического развития современного общества : сб. статей IV Междунар. науч.-практ. конф. 25 мая 2023 г. / под ред. М. П. Разина [и др.]. – Киров : ФГБОУ ВО Кировский ГМУ Минздрава России, 2023. – С. 501–506.

## **ТРАНСФОРМАЦИЯ ОСНОВНЫХ ПОКАЗАТЕЛЕЙ СТРУКТУРЫ ТУРИСТИЧЕСКОЙ СФЕРЫ БЕЛАРУСИ И ТУРИСТИЧЕСКИХ ПОТОКОВ В 2018–2022 ГОДАХ**

**А. С. Соколов<sup>1</sup>, Н. А. Мишков<sup>2</sup>**

Учреждение образования

«Гомельский государственный университет имени Ф. Скорины»,  
ул. Советская, 104, 246003, г. Гомель, Беларусь,

<sup>1</sup> alsokol@tut.by, <sup>2</sup> salser@tut.by

**Аннотация.** В статье рассматривается изменение основных показателей туристической индустрии на рубеже 2010–2020-х гг., когда произошли весьма существенные изменения всех основных показателей. Анализируется динамика числа туристических организаций, их работников, прибыли от оказания туруслуг, объема и направления внешних и внутренних туристических потоков.

**Ключевые слова:** Беларусь, туристическая сфера, турпотоки, международный туризм, внутренний туризм.

**Образец цитирования:** Соколов, А. С. Трансформация основных показателей структуры туристической сферы Беларуси и туристических потоков в 2018–2022 годах / А. С. Соколов, Н. А. Мишков // Перспективы развития туризма в современных условиях: мировые тенденции и региональные контексты : материалы III Междунар. науч.-практ. конф., Минск, 28 сент. 2023 г. / Национальное агентство по туризму ; редкол.: И. Н. Воронович (предс.) [и др.]. – Минск, 2023. – С. 339–348.

# TRANSFORMATION OF THE MAIN INDICATORS OF BELARUS TOURIST SPHERE STRUCTURE AND TOURIST FLOWS IN 2018–2022

A. Sokolov<sup>1</sup>, N. Mishkov<sup>2</sup>

Educational Institution «F. Skorina Gomel State University»,  
Sovetskaya Street, 104, 246003, Gomel, Belarus,

<sup>1</sup>alsokol@tut.by, <sup>2</sup>salsler@tut.by

**Annotation.** The article reviews the changes in the main indicators of the tourism industry at the turn of the 2010–2020s, when there were very significant changes in all the main indicators. The dynamics of the number of tourism organizations, their employees, profits from the provision of tourism services, the volume and direction of external and internal tourist flows are analyzed.

**Keywords:** Belarus, tourism sector, tourist flows, international tourism, domestic tourism.

**For citation:** Sokolov, A. Transformation of the main indicators of Belarus tourist sphere structure and tourist flows in 2018–2022 / A. Sokolov, N. Mishkov // Prospects for the development of tourism in modern conditions: global trends and regional contexts : materials of the III Int. sci.-pract. conf., Minsk, 28 Sept. 2023 / National Agency for Tourism ; ed.: I. Voronovich (chair.) [et al.]. – Minsk, 2023. – P. 339–348.

Развитие туризма в Беларуси в последние годы является предметом исследования значительного числа авторов [1–4 и др.]. Структура туристической сферы Беларуси в начале 2020-х гг. претерпела значительные изменения, обусловленные двумя основными факторами – пандемией COVID-19 и началом осуществления агрессивной дискриминационной политики против нашей страны государствами западного геополитического блока. Эти обстоятельства обусловили резкое снижение показателей развития туристической отрасли в 2020–2021 гг., которые непрерывно росли с 2010 г. По большому числу показателей снижение продолжилось и в 2022 г. Так, в 2022 г. число организаций, осуществлявших туристическую деятельность, сократилось на 19 % по сравнению с докризисным 2019 г.,

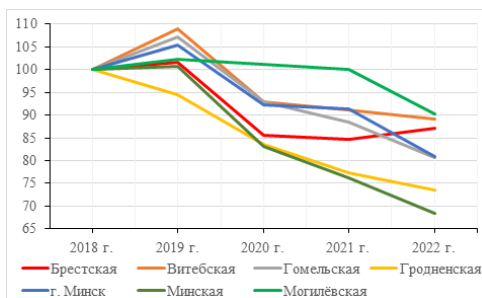
а численность работников – на 33 % (табл. 1). При этом прибыль от оказания туруслуг превысила допандемийный уровень.

По регионам снижение числа организаций происходило неравномерно (рис. 1). Максимальное снижение зафиксировано в 2022 г. в Минской и Гродненской областях. Брестская область является единственной, где в 2022 г. число организаций возросло. Соотношение организаций по регионам с 2018 г. практически не изменилось, и на 2022 г. в г. Минске функционировало 49 % от их числа по республике, в Витебской области – 12 %, в Брестской и Гомельской – по 9 %, в Минской, Могилевской и Гродненской – по 7 %.

**Таблица 1. Основные показатели туристической отрасли**

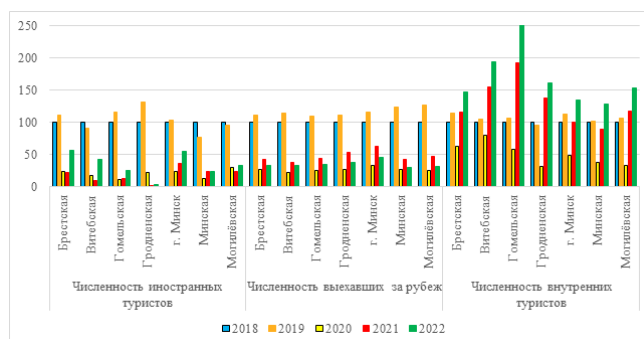
Показатель	2018	2019	2020	2021	2022
Число организаций	1482	1544	1348	1315	1203
Численность работников на конец года, чел.	5288	5453	3865	3621	3522
Прибыль от оказания туруслуг, тыс. долл. <sup>1</sup>	10078,8	13378,0	180,2	13566,0	18127,0
Численность иностранных туристов <sup>2</sup>	365534	405472	80972	71388	142993
Численность туристов, выехавших за рубеж	850724	982935	258616	478760	348615
Численность внутренних туристов	1007845	1106852	571493	1187928	1530397

Примечания: <sup>1</sup> – по курсу НБ РБ на 1 января года, следующего за отчетным;  
<sup>2</sup> – здесь и далее – включая экскурсантов



**Рис. 1. Относительная динамика численности организаций, осуществляющих туристическую деятельность, по сравнению с 2018 г. по регионам Беларуси в 2018–2022 гг., %**

Численность иностранных туристов, прибывавших в Беларусь, белорусских туристов, выезжавших за рубеж, и внутренних туристов до 2020 г. в основном возрастала за редкими исключениями (так, число иностранных туристов в целом по Беларуси в 2019 г. по сравнению с 2018 г. выросло на 11 %, однако немного снизилось в Витебской, Минской и Могилевской областях), максимальный относительный рост иностранных туристов в 2019 г. среди регионов Беларуси пришелся на Гродненскую область (рис. 2). В 2020 г. резко, на 80 %, снизился поток иностранных туристов в Беларусь, особенно в Гомельскую и Минскую области. На несколько меньшую величину (75 %) снизились масштабы выездного туризма, причем примерно равномерно по всем регионам. Часть белорусских туристов переориентировалась на внутренний туризм, вследствие чего его объем в 2020 г. по сравнению с 2019 г. снизился на гораздо меньшую величину – 52 %, а в ряде регионов еще меньше: в Витебской области – на 23 %, в Брестской – на 45 %, максимальное же снижение наблюдалось в Гродненской области – на 67 %.



**Рис. 2. Относительная динамика численности иностранных туристов в Беларуси, белорусских туристов, выехавших за рубеж, и внутренних туристов по сравнению с 2018 г. по регионам Беларуси в 2018–2022 гг., %**

Уже в 2021 г. объем внутреннего туризма превзошел допандемийный уровень, тогда как объемы выездного туризма продолжали сокращаться. В Беларуси в целом в 2021 г. они сократились на 12 %, увеличение произошло только в г. Минске, Минской области и очень

незначительное – в Гомельской области. Практически полностью исчез въездной туризм в Гродненской области, численность иностранных туристов в регионе в 2021 г. составила 0,2 % от уровня 2019 г. при том, что в 2018–2019 гг. именно эта область показывала максимальный рост иностранных туристов.

Объем выездного туризма в 2021 г. увеличился во всех регионах, в целом по стране показатель увеличения составил 85 %, что является довольно существенной, но все же очень далекой от допандемийного уровня величиной – 49 % от уровня 2019 г.

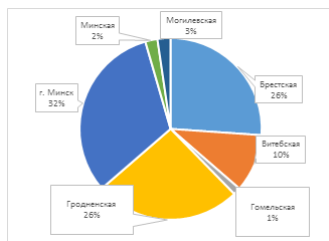
В 2022 г. динамика внешнего и внутреннего туризма поменялась на противоположную – численность иностранных туристов в Беларуси выросла в два раза по сравнению с 2021 г., а численность белорусских туристов, выехавших за рубеж, сократилась на 27 %. Объем внутреннего туризма продолжил расти быстрыми темпами, в 2022 г. он увеличился на 29 % по сравнению с 2021 г. и составил 138 % от уровня 2019 г.

Из рассматриваемых видов туризма наиболее существенные изменения соотношения числа туристов по регионам Беларуси в 2022 г. по сравнению с 2018 г. произошли во въездном туризме (рис. 3а, б). Если в 2018 г. на Гродненскую область приходилось более четверти всех иностранных туристов, посетивших Беларусь, то в 2022 г. – всего 2 %. Город Минск и Брестская область, аккумулировавшие в 2018 г. 58 % иностранных туристов, еще более увеличили свои доли и в 2022 г., стали аккумулировать 83 % иностранных туристов. Третье место устойчиво занимает Витебская область, доли остальных регионов и в 2018 г., и в 2022 г. незначительны.

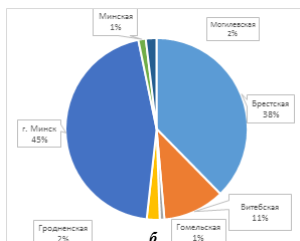
Соотношение по регионам числа туристов, выехавших за границу, практически не изменилось. В 2022 г. (рис. 3в) по сравнению с 2018 на 6 % увеличилась доля г. Минска и на 1 % уменьшилась доля каждого из остальных регионов, что обусловлено более высокими доходами жителей г. Минска. Этим же обусловлено и то, что число выехавших за границу туристов из г. Минска более чем в 2,5 раза превышает аналогичное число из других регионов, вместе взятых.

Также слабо изменилось соотношение числа внутренних туристов: в 2022 г. (рис. 3г) увеличилась на 2 % доля Витебской и Гомельской областей, уменьшилась на 2 % доля г. Минска и на 1 % – доли Минской и Брестской областей. Более половины объема внутреннего туризма приходится на Брестскую область. Сравнительно низкую

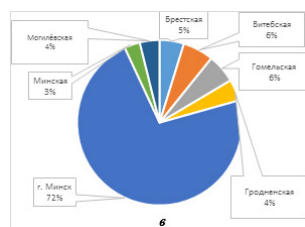
долю г. Минска можно объяснить тем, что г. Минск находится в центре страны и имеет удобное транспортное сообщение с большинством туристических аттракторов Беларуси, поэтому жители могут посещать их самостоятельно, не обращаясь к посредству специализированных организаций.



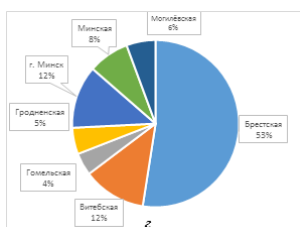
*Доля иностранных туристов по регионам в 2018 г.*



*Доля иностранных туристов по регионам в 2022 г.*



*Доля туристов, выехавших за границу, по регионам в 2022 г.*



*Доля внутренних туристов по регионам в 2022 г.*

**Рис. 3. Соотношение числа иностранных туристов, посетивших Беларусь, белорусских туристов, выехавших за рубеж, и внутренних туристов по регионам Беларуси**

Существенно изменилось также соотношение направлений въездного и выездного туризма. Если в 2019 г. соотношение числа туристов из стран СНГ (97,6 % которых приходится на Россию) и туристов из стран ЕС равнялось 1:1,14, то в 2022 г. на 1 туриста из стран ЕС приходилось уже 28 туристов из стран СНГ (доля российских туристов из которых возросла до 99,4 %) (табл. 2). Общая численность туристов из стран ЕС за данный период снизилась в 34 раза, и первое место из



них, которое традиционно удерживала Польша, стала занимать Латвия (44 %). Также с 2019 по 2021 г. происходило увеличение среднего числа дней пребывания туристов практически из всех стран. Это, а также существенно возросшая в этот же период средняя стоимость туров из расчета на 1 день пребывания говорит о том, что сокращение турпотока в первую очередь затронуло менее обеспеченных туристов, практиковавших более короткие туры, и слабо повлияло на более состоятельных туристов, выбирающих услуги премиум-класса. Сокращение турпотока в 2022 г. объясняется агрессивной политикой стран Запада по отношению к Беларуси, в числе проявлений которой – запрет на воздушное сообщение с многими странами и препятствование деятельности организаций, оказывающих услуги по организации туров в Беларусь.

Изменения в структуре выездного туризма (табл. 3) в первую очередь проявляются в возросшей роли России в потоках в страны СНГ и исчезновении Украины, смене первого места в числе туристов в прочие страны мира с Египта на Турцию и меньших темпах снижения числа туристов по сравнению с въездным туризмом. По большинству направлений в страны ЕС в 2022 г. наблюдается увеличение числа туристов по сравнению с 2021 г.

**Таблица 2. Показатели въездного туризма**

Направление	Число туристов и продолжительность пребывания				Стоимость туров			
	2019	2020	2021	2022	2019	2020	2021	2022
Всего	41	6	10	5	64936,84	19295,1	42937,8	61547,7
	4054722	80972	71388	142993	0,165	0,24	0,60	0,43
	16218883	485832	713880	714965	0,046	0,04	0,06	0,09
Из стран СНГ	5	6	7	5	43024,0	12795,4	29365,0	56161,4
	223155	53682	53955	136806	0,19	0,24	0,54	0,41
	1115775	322092	377685	684030	0,04	0,04	0,08	0,08
В т. ч. из России	5	6	7	5	41577,2	12252,7	28284,8	54205,3
	217837	52263	51896	136008	0,19	0,23	0,55	0,40
	1089185	313578	363272	680040	0,04	0,04	0,08	0,08
Из прочих стран СНГ	5	6	7	5	1446,8	542,7	1080,2	1956,1
	5318	1419	2059	798	0,27	0,38	0,52	2,5
	26590	8514	14413	3990	0,05	0,06	0,07	0,49
Из стран ЕС	2	5	11	3	13183,1	3532,4	7800,0	2135,4
	165564	23522	2139	4887	0,08	0,15	3,65	0,44
	331128	117610	23529	14661	0,02	0,03	0,33	0,15
В т. ч. из Польши	2	7	4	3	2841,9	241,1	535,8	146,5
	61349	13562	231	737	0,05	0,2	2,32	0,20
	122698	94934	924	2211	0,02	0,003	0,59	0,07

**Окончание табл. 2**

Из Герма- нии	4 4538 18152	4 818 3272	5 229 1145	5 504 2520	1756,2 0,39 0,10	339,5 0,42 0,10	647,1 2,83 0,57	150,7 0,30 0,06
Из Латвии	3 10478 31434	3 1116 3348	5 101 505	2 2164 4328	1259,1 0,12 0,04	185,4 0,17 0,06	43,9 0,43 0,09	393,3 0,18 0,09
Из Литвы	2 76060 152120	2 6719 13438	6 246 1476	3 751 2253	1564,4 0,02 0,01	140,5 0,02 0,007	35,9 0,15 0,02	187,0 0,25 0,08
Из Болгарии	6 496 2976	19 210 3990	49 251 12299	24 83 2822	132,5 0,27 0,04	1700,8 8,10 0,43	5030,6 20,0 0,41	763,1 9,19 0,38
Из других стран мира	4 16753 67012	7 3768 26376	19 15294 290586	11 1300 14300	8729,7 0,52 0,13	2967,3 0,79 0,11	5772,8 4,44 0,40	3250,9 2,50 0,23
Примечания (здесь и в табл. 2): 1 – дней пребывания в среднем; 2 – численность туристов; 3 – количество человеко-дней пребывания; 4 – стоимость туров, тыс. руб.; 5 – средняя стоимость тура на человека; тыс. руб. 6 – средняя стоимость на 1 день пребывания								

**Таблица 3. Показатели выездного туризма**

Направле- ние	Число туристов и продолжительность пребывания				Стоимость туров			
	2019	2020	2021	2022	2019	2020	2021	2022
Всего	8 982935 7863480	9 258616 2327544	9 478760 4308840	8 348615 2788920	946900,5 0,96 0,12	332328,7 1,29 0,14	819289,2 1,71 0,19	643294,7 1,85 0,23
В Россию	4 61530 246120	4 6015 24060	5 18747 93735	4 78150 312600	13960,6 0,23 0,05	1057,5 0,18 0,04	10642,3 0,56 0,11	36873,7 0,47 0,12
На Украину	6 146981 881886	5 12248 61240	9 32230 290070	4 5591 22364	37892,1 0,26 0,04	3512,8 0,27 0,06	8433,0 0,26 0,03	2419,4 0,43 0,11
В прочие страны СНГ	5 1388 6940	4 332 1328	6 1347 8082	4 2732 10928	988,1 0,71 0,14	134,8 0,41 0,10	2045,1 1,52 0,25	4780,3 1,75 0,44
В страны ЕС	8 250421 2003368	5 25910 129550	9 19789 178101	7 44562 311934	229095,3 0,91 0,11	8658,7 0,33 0,07	7783,0 0,39 0,04	34187,1 0,77 0,11
В т. ч. в Польшу	4 28357 113428	3 10925 32775	3 12288 36864	3 15848 47544	4793,4 0,17 0,04	584,1 0,05 0,02	82,7 0,01 0,002	328,4 0,02 0,01
В Италию	9 15498 139482	7 988 6916	6 206 1236	8 8332 66656	18776,9 1,21 0,13	900,7 0,91 0,13	362,3 1,76 0,29	9887,5 1,19 0,15
В Грецию	10 28418 284180	9 649 5841	10 908 9080	9 6540 58860	48894,7 1,72 0,17	735,9 1,13 0,13	2056,8 2,27 0,23	9838,9 1,50 0,17

Окончание табл. 3

В Венгрию	5	4	3	4	2583,0	176,1	58,5	3282,3
	5074	619	129	5240	0,51	0,28	0,45	0,63
	25370	2476	387	20960	0,10	0,07	0,15	0,16
В Испанию	10	8	8	10	52853,1	1086,3	270,6	5219,6
	33583	782	2016	3862	1,57	1,39	0,13	1,35
	335830	6256	16128	38620	0,16	0,17	0,02	0,14
В другие страны мира	9	10	10	9	664964,4	318964,9	790386,1	565034,2
	522615	214111	406647	217580	1,27	1,49	1,90	2,60
	4703535	2141110	4066470	1958220	0,14	0,15	0,19	0,29
В т. ч. в ОАЭ	8	8	8	9	15256,9	5367,2	58378,9	91754,6
	8287	2911	20606	30484	1,84	1,84	2,83	3,01
	66296	23288	164848	274356	0,23	0,23	0,35	0,33
В Грузию	11	8	10	11	12403,6	367,4	15770,1	30418,3
	17318	436	9801	21336	0,72	0,84	1,61	1,43
	190498	3488	98010	234696	0,07	0,11	0,16	0,16
В Египет	9	10	10	9	305214,9	147792,5	378268,7	114034,5
	258715	115302	217829	50850	1,18	1,28	1,74	2,24
	2328435	1153020	2178290	457650	0,13	0,13	0,17	0,25
В Турцию	9	9	9	10	213481,9	106799,1	294731,7	279810,0
	155700	62556	147700	104224	1,37	1,71	2,00	2,68
	1401300	563004	1329300	1042240	0,15	0,19	0,22	0,27
На Мальдивы	9	10	10	9	4936,1	4664,5	18887,6	15381,7
	990	632	2360	1813	4,99	7,38	8,00	8,48
	8910	6320	23600	16317	0,55	0,74	0,80	0,94

Таким образом, можно отметить, что объемы международного туризма имеют на сегодняшний день весьма отдаленные перспективы восстановления хотя бы к уровню 2019 г. Формируется совершенно новая структура и география международных туристических потоков, и возврат ее прежних черт уже вряд ли возможен. В наибольшей степени сокращение въездного туризма затронуло Гродненскую область, традиционно принимавшую большое число туристов из Польши и Литвы, в настоящее время проводящих враждебную политику против нашей страны. В туристическом обмене со странами СНГ все более возрастает роль России. Доминирующими направлениями в въездном туризме (кроме Турции и Египта) становятся страны, не входящие в ЕС, такие как ОАЭ и Грузия. Это вместе с открытием новых направлений (например, в Иран) будет способствовать постепенному восстановлению экономических показателей туристической сферы.

### Список литературы

1. Демьянов, С. А. Туристический рынок Республики Беларусь – 2021: вызовы и проблемы / С. А. Демьянов // Туризм и гостеприимство. – 2021. – № 1. – С. 3–8.

2. Костенко, Н. В. Санаторно-курортные организации туристической отрасли Республики Беларусь в период пандемии / Н. В. Костенко, А. А. Зайко // Туризм и гостеприимство. – 2021. – № 2. – С. 34–41.
3. Литвякова, К. В. Туристический потенциал Беларуси в период пандемии / К. В. Литвякова // Социологический альманах. – 2021. – Вып. 12. – С. 104–109.
4. Соколов, А. С. Развитие туристской сферы в Республике Беларусь в 2017–2021 годах и влияние на нее пандемии COVID-19 / А. С. Соколов, И. Н. Красильникова // Псковский регионологический журнал. – 2023. – Т. 19. № 1. – С. 73–86.

## **МУЗЕЕФІКАЦЫЯ ПРАСТОРЫ САКРАЛЬНЫХ ПОМНІКАЎ ЯК СРОДАК ПАВЫШЭННЯ ТУРЫСТЫЧНАЙ ДАСТУПНАСЦІ АБ'ЕКТАЎ**

**П. Р. Шулякоўскі**

Беларускі дзяржаўны ўніверсітэт,  
пр. Незалежнасці, 4, 220045, г. Мінск, Беларусь,  
Psulakovskij@gmail.com

**Анотацыя.** Артыкул разглядае музеефікацыю як сродак вырашэння праблем турыстычнай даступнасці сакральных помнікаў. Рагледжаны праблемы захавання рухомай і нерухомай сакральнай спадчыны, праблемы і падыходы да музеефікацыі. Прааналізаваны сусветны і беларускі вопыт спалучэння сакральных і турыстычных функцый у аб'ектах.

**Ключавыя словы:** музеефікацыя, сакральныя помнікі, музеефікацыя сакральных помнікаў, вопыт беларускай музеефікацыі, турыстычная даступнасць.

**Узор цытавання:** Шулякоўскі, П. Р. Музеефікацыя прасторы сакральных помнікаў як сродак павышэння турыстычнай даступнасці аб'ектаў / П. Р. Шулякоўскі // Перспективы развития туризма в современных условиях: мировые тенденции и региональные контексты : материалы III Междунар. науч.-практ. конф., Минск, 28 сент. 2023 г. / Национальное агентство по туризму ; редкол.: И. Н. Воронович (предс.) [и др.]. – Минск, 2023. – С. 349–356.

# MUSEUMIFICATION OF THE TEMPLE SPACE AS A MEANS OF INCREASING THE TOURIST ACCESSIBILITY AS THE SACRED HERITAGE OF BELARUS

**P. Shuliakovski**

Belarusian State University,  
Niezaliežnasci Avenue, 4, 220045, Minsk, Belarus,  
Psulakovskij@gmail.com

**Annotation.** In the article, museumification is considered as a means of solving the problems of tourist accessibility of sacred monuments. The problems of preservation of movable and immovable sacral heritage, also problems and approaches to museumification are considered. The world and Belarusian experience of combining sacral and tourist functions in objects is analyzed.

**Keywords:** Belarus, sacred monuments, museumification, problems of museumification, problems of preservation and accessibility of sacred monuments.

**For citation:** Shuliakovski, P. Museumification of the temple space as a means of increasing the tourist accessibility as the sacred heritage of Belarus / P. Shuliakovski // Prospects for the development of tourism in modern conditions: global trends and regional contexts : materials of the III Int. sci.-pract. conf., Minsk, 28 Sept. 2023 / National Agency for Tourism ; ed.: I. Voronovich (chair.) [et al.]. – Minsk, 2023. – P. 349–356.

Сакральныя помнікі з'яўляюцца важным рэсурсам для развіцця турызму ў Рэспубліцы Беларусь. Яны служаць асновай для развіцця рэлігійнага турызму: становяцца месцам прыцягнення паломнікаў, правядзення масавых цырымоній і мерапрыемстваў (NOVAFEST у касцэле в. Усялюб; Будслаўскі фэст у касцёле Будслава і інш.), аказваюць паслугі па размяшчэнні і харчаванні (Жыровіцкі манастыр; Комплекс бернардынскага кляштара пры касцёле Адшукання Святога Крыжа ў Гродна і інш.). Рост унутранага турызму выклікае неабходнасць ствараць новыя турыстычныя прапановы, абнаўляць існуючы турыстычны прадукт. У культурна-пазнавальным турызме сакраль-

ня аб'екты, якія належаць розным канфесіям і рэлігіям, часта складаюць аснову турыстычнага прадукту.

Невыпадкова павялічваецца роля культурных помнікаў як буйных турыстычных пунктаў. У дадзеным кантэксце важнымі з'яўляюцца не толькі славутыя Сафійскі сабор і Спаса-Ефрасіннеўская царква ў Полацку, Каложская царква ў Гродна і касцёл Богага Цела ў Нясвяжы, але і касцёлы у Іўі, Блоні, Друі, Мсціслаўі, Ішкольдзі, Заслаўі, Песках, Браславе; цэрквы у Сынкавічах, Мураванцы, Глыбокім, Слоніме, Магілёве, Чачэрску; манастыры ў Жыровічах, Юравічах, Пінску; калегіумы ў Оршы, Пінску, Полацку і г. д.

Абумоўлена гэта тым, што сакральныя помнікі – гэта адны з найбольш буйных сховішчаў артэфактаў гісторыі і культуры Беларусі. У цэрквах, касцёлах, кляштарах стагоддзямі фарміраваліся зборы, якія ўяўляюць значную цікавасць для мастацтвазнаўцаў, гісторыкаў: роспіс на гістарычную тэматыку ў касцёле Святой Варвары каля г. Карэлічаў; драўляны лямус XVII ст. з Брыгіцкага кляштара ў Гродна; фрэскавы роспіс касцёла ў Солах; іконы, алтары, царкоўная атрыбутыка кафедральнага касцёла ў Гродна.

Аднак храмавыя зборы не заўсёды сістэматызаваны і добра даследаваны, а шматлікія артэфакты не ўведзены ў навуковы абарот. Гэта пацвярджаецца выпадковымі «знаходкамі» сапраўдных рэліквій. Напрыклад, знаходка ў Сталовічскім касцёле Святога Сэрца Ісуса: рэлікварый з мошчамі італьянскага пакутніка Сімпліцыя ад III ст. знойдзены ў звычайнай касцёльнай шафе [7].

Аналізуючы сакральную спадчыну, можна сцвярджаць, што турыстычны патэнцыял помнікаў абазначанага тыпу выкарыстоўваецца не поўнаасцю. Аднак для ўключэння помнікаў у турыстычныя маршруты паўстае праблема даступнасці аб'ектаў. Паняцце даступнасці у кантэксце дадзенага артыкула складаецца з паняццяў фізічнай даступнасці (укліючаючы пытанні турыстычнай інфраструктуры, тэхнічнага стану помніка) і юрыдычнай даступнасці (магчымасці свабоднага турыстычнага наведвання, агляду помніка і яго прасторы).

Зыходзячы з праблемы фізічнай даступнасці трэба вызначыць групу помнікаў, якім пагражае знішчэнне, працэс разбурэння якіх некантраляваны. Групу складаюць разбураныя, альбо зруйнаваныя пабудовы (будынкі Троіцкага касцёла ў в. Лыскава, касцела Святой Веранікі ў в. Селішча). У іншую групу ўваходзяць дзеючыя храмы, праблема даступнасці якіх абумоўлена ўстаноўленымі рэлігійнай абшчынай

правіламі, якія часта разыходзяцца з чаканнямі турыстычнай інфраструктуры. Турыстычныя групы зацікаўлены ў максімальных рамках па магчымасцях наведвання храмаў. У той жа час у сакральных аб'ектах адбываюцца богаслужэнні, абрады, іншыя мерапрыемствы, якія абмяжоўваюць доступ турыстычных груп. Вельмі часта правіламі рэлігійнай арганізацыі рэгламентуецца тэрыторыя, даступная для наведвання турыстамі. Напрыклад, правілы наведвання кафедральнага касцёла ў г. Гродна абмяжоўваюць доступ у 2/3 часткі храмавай прасторы. Адпаведна скрыта большая частка старажытных алтараў XVII–XVIII ст., значная частка скульптурных кампазіцый крыжовага ходу, помнік А. Тызенгаўзу і шмат памятных шыльд. Музеефікацыя можа часткова вырашыць дадзеную праблему.

З праблемай даступнасці да сакральнай прасторы цесна звязана праблема даступнасці для турыстаў сакральных калекцый: адзення, культавага посуду, богаслужэбных кніг і інш. Не абмяжуемся, скажам аб дрэнным захаванні прадметаў (старажытнае царкоўнае адзенне глыбокай царквы Нараджэння Багародзіцы захоўваецца ў сутарэннях, у вільготным асяроддзі), у храмах часта адсутнічае ўлік, што стварае ўмовы для страты і іншых маніпуляцый з нацыянальнымі здабыткамі беларускай культуры. Адпаведна, мае месца праблема адсутнасці першасных рэстаўрацыйных і кансервацыйных мерапрыемстваў. Усё вышэйпералічанае адбываецца на ўспрыняцці храмавай прасторы, не дазваляе цэласна ўспрымаць спадчыну гісторыка-культурнага помніка.

У складзеных абставінах для павышэння турыстычнай даступнасці выразна паўстае неабходнасць музеефікацыі сакральных помнікаў.

Музеефікацыя – гэта напрамак у рамках музейнай дзейнасці і аховы помнікаў, сутнасць якога заключана ў ператварэнні нерухомых помнікаў гісторыі і культуры, а таксама прыродных аб'ектаў у аб'екты музейнага паказу [6, с. 15].

Канечне, працэс музеефікацыі павінен быць асобным у кожным выпадку, аднак агульныя палажэнні да яе ажыццяўлення можна працаваць на аснове еўрапейскага, савецкага і беларускага вопыту. Улічваючы ўсталяваны падзел сакральных помнікаў (ацалелыя і пашкоджаныя), музеефікацыя будзе мець пэўную спецыфіку.

Парушаныя помнікі. Як бачна з еўрапейскага вопыту, дакладнае адраджэнне храма як сакральнага аб'екта, калі гэта не выбітны і важны з гістарычнага пункту гледжання помнік, – задача занадта



складаная; а ва ўмовах адсутнасці вялікіх турыстычных патокаў і прыхаджан – непатрэбная. У такіх выпадках музейфікацыяй ствараецца новы аб’ект, дзе ў сучасны кантэкст усё гістарычнае ўдала ўпісваецца. Па такім прынцыпе была распрацавана Galerie David d’Angers. Музей скульптара Давіда д’Анжэра размясцілі ў зруйнаванай царкве Усіх Святых (XIII ст.). Руіны старажытнай царквы набылі шэраг умацаванняў, якія трымаюць вялізны шкляны дах, праз які ў царкву струменіцца сонца і асвятляе працы вялікага скульптара: фасады пантэона, бюсты Бальзака, Гюго і інш. [10, с. 156] Гэта таксама ўдалае рашэнне і для тых храмаў, якія пазбавіліся напаўнення сваёй унутранай прасторы: так, спусцелую базіліку ў Хертагенбосе прыстасавалі пад музей нідэрландскага мастака І. Босха – Jheronimus Bosch Art Center [8].

Музейфікацыя ацалелых пабудов азначаецца з улікам іх памераў і прадугледжвае некалькі варыянтаў (поўную альбо частковую музейфікацыю). Беларускі вопыт ведае добрыя прыклады частковай музейфікацыі, якая можа быць адным са сродкаў павышэння турыстычнай даступнасці такіх аб’ектаў.

Частковая музейфікацыя выяўляецца ў дзвюх канфігурацыях:

1. Калі ў сакральны помнік укараняюць яе элементы (адчыняюць важныя для ўспрыняцця помніка месцы (адчыненыя фрагменты муроўкі ў Кіеўскім Сафійскім саборы), размяшчаюць указальнікі, таблічкі з даведачнай інфармацыяй і інш).

Такім прыкладам з’яўляецца Каложская царква, дзе падчас апошняй рэстаўрацыі 2018–2019 гг. адчынілі для турыстаў найбольш важныя канструктыўныя часткі пабудовы (каменныя пастаменты пад слупамі бачныя наведвальнікам дзякуючы шкляной падлозе), дабавілі ўказальнікі і суправаджальную інфармацыю [9]. Храм сумяшчае прыходы вялікіх турыстычных груп і царкоўныя службы. Тым самым знаходзіць неабходны для паспяховай музейфікацыі баланс, альбо кампраміс паміж рэлігійнай абшчынай і турыстычнымі інтарэсамі.

У рамках дадзенай канфігурацыі магчыма стварэнне невялікіх храмавых экспазіцый, прыклад такой экспазіцыі можна ўбачыць у царкве в. Мураванка, дзе ўзоры старажытнай цэгля, тынкоўкі, цвікоў, дахоўкі «хвост бобра», кавалкі мармуровай шыльды з прозвішчам фундатара царквы, богаслужэбныя кнігі і шведскія баявыя ядры змешчаны пад шклом у прасторы храму. Прыклады падобных экспазіцый таксама ёсць у Зембіне і Камаях [4, С. 151].

2. Калі ў храме, альбо на яго тэрыторыі ствараецца асобны музей (Музей праваслаўнай духоўнай акадэміі ў Мінску; Музей Шталага-352 на тэрыторыі царквы Узвіжання Святога Крыжа ў г. Мінску). Важна ў кантэксце дадзенага варыянту спалучэнне і сумеснае існаванне працуючага храма і музея.

Добра ў агучным кантэксце паказвае сабе нашчадак савецкага вопыту – архітэктурны музей у сценах сабора Святой Сафіі ў Полацку. Верагодна, пры наяўнасці царкоўных службаў музей і рэлігійная суполка здолелі б стварыць цэласную выяву славітага беларускага помніка, паказаўшы яго значнасць і гістарычны лёс, захаваўшы сакральнае значэнне храма.

Прыклады поўнай музейфікацыі сакральнага помніка ў Беларусі ёсць – краязнаўчы музей у лютаранскай кірсе ў Полацку. Аднак у дачыненні да сакральнай прасторы храма, да захавання культурнага асяроддзя кірхі, хаця б адлюстравання жыцця лютаранскай абшчыны Полацка паспяхова падобную музейфікацыю назваць нельга. Гэта варыянт прыстасавання будынка. Ва ўмовах неабходнасці музейфікацыі храма і захавання храма як культурнага феномена, аналізуючы міжнародны вопыт, вылучым асноўныя прынцыпы:

3. Забеспячэнне балансу паміж турыстычнай цікавасцю і дзейнасцю храма.

4. Забеспячэнне даступнасці помніка (адпаведна, забеспячэнне рэстаўрацыйна-кансервацыйнай працы і ўліку).

5. Захаванне храма як культурнага феномена. Касцёл, царква, мячэць, сінагога – адзіная і завершаная з мастацкага і эстэтычнага пункту гледжання прастора, шкоду якой можа лёгка нанесці музейфікацыя адным толькі фактам сваёй наяўнасці, бо нават парушэнне ходу службаў і звычайнага жыцця храма шкоднае. Пры музейфікацыі храма неабходна захаваць увесь пласт культуры, які існуе ў ім (традыцыі, музыка).

Добрым прыкладам спалучэння ўсіх трох пунктаў будзе з’яўляцца Сікстынская капэла, па якой бачны прапрацаваны баланс паміж турыстычным і рэлігійным сегментам, бо кожны турыст, жадаючы паглядзець на вядомыя фрэскі Мікеланджэла, будзе задаволены; а найбольш важныя мерапрыемствы: царкоўныя службы, паседжанні кардыналаў ці выбары папы гэтак жа адбудуцца ў дадзенай прасторы. Музейныя супрацоўнікі ажыццяўляюць догляд памяшканняў і фрэсак. Значным з’яўляецца рашэнне захоўваць мужчынскі хор – «папскую капэлу» – як элемент нематэрыяльнай спадчыны храма.

Адваротным прыкладам лічыцца Ісакіеўскай сабор. Культываыя мерапрыемствы тут хутчэй рэдкасць. Канечне, у дадзеным кантэксце храмавая прастора і эстэтычны вобраз храма парушаюцца. Воляй гістарычнага лёсу аб захаванні культурнага феномена храма ў момант старэння музея не клапаціліся, значная частка каштоўнага абсталявання і рэліквій была вывезена. «Культурны свет храма» страчаны [5, с. 24].

Такім чынам, для павышэння турыстычнай даступнасці сакральных помнікаў неабходна музеефікацыя апошніх. Гэта станоўча адаб'ецца і на турыстычным іміджы краіны, і на саміх помніках (храмах і прадметах, што захоўваюцца ў іх). Для паспяховай музеефікацыі неабходна захаванне балансу паміж турыстычнай цікавасцю і дзейнасцю храма; укараненне музейнага апарату (музеолагаў, рэстаўратараў і інш.); захаванне храмавага асяроддзя і культурнага пласта, што нараджае храм у працэсе свайго жыцця.

Найбольш перспектыўным выглядае варыянт частковай музеефікацыі беларускіх храмаў, які будзе ўключаць: стварэнне турыстычнай інфраструктуры; прапрацоўку сістэмы ўказальнікаў і суправаджальнай інфармацыі; размяшчэнне невялічкіх экспазіцый у храме альбо па-за межамі храма; адкрыццё найбольш важных з гістарычнага, культурнага, мастацкага, архітэктурнага, археалагічнага пунктаў гледжання элементаў храмавай прасторы.

Асноўная цяжкасць музеефікацыі ў Беларусі будзе абумоўлена слабай заканадаўчай апрацаванасцю працэдуры. У прыватнасці, тэрмін «музеефікацыя» адсутнічае ў Кодэксе аб культуры. Павінен быць выпрацаваны механізм музеефікацыі, прапрацаваны пытанні фінансавання. Неабходна распрацоўваць інструкцыі і метадычныя матэрыялы па карыстанні, захаванні ў спецыфічных умовах рухомых культурных помнікаў і ўліку каштоўнасцей. На сучасным узроўні найбольш даступна праводзіць семінары для ўласнікаў сакральных аб'ектаў па спосабах і неабходнасці музеефікацыі; распаўсюджваць перадавы беларускі і замежны досвед; рэалізоўваць праграмы па ўліку і павышэнні турыстычнай даступнасці калекцый.

### Спіс літаратуры

1. Трусаў, А. А. Старонкі мураванай кнігі: манументальная архітэктурна эпохі феадалізму і капіталізму / А. А. Трусаў. – Мінск : Навука і тэхніка, 1990. – 191 с.: іл.

2. Трусаў, А. А. Кароткая гісторыя архітэктуры Беларусі / А. А. Трусаў. – Мінск : Харвест, 2015. – 464 с.: іл.
3. Якимович, Ю. А. Зодчество Белоруссии XVI – середины XVII в. : справ. пособие / Ю. А. Якимович. – Минск : Навука і тэхніка, 1991. – 368 с.: ил.
4. Локотко, А. И. Архитектура Беларуси в европейском и мировом контексте / Локотко, А. И. – Минск : Беларуская Энцыклапедыя ім. П. Броўкі, 2012. – 432 с.: ил.
5. Флоренский, П. А. Храмовое действо как синтез искусств [Электронный ресурс] / П. А. Флоренский // Платонанет. – 1922. – № 1. Режим доступа: [https://platona.net/load/knigi\\_po\\_filosofii/istorija\\_russkaja/florenskij\\_p\\_a\\_sochinenija\\_v\\_4\\_tomakh\\_t\\_2/15-1-0-2574](https://platona.net/load/knigi_po_filosofii/istorija_russkaja/florenskij_p_a_sochinenija_v_4_tomakh_t_2/15-1-0-2574). – Дата доступа: 20.06.2023.
6. Кулен, М. Е. Музеефикация историко-культурного наследия России / М. Е. Кулен. – Москва : Эстерна. – 730 с.: ил.
7. Мощи итальянского святого кастеле д. Столовичи [Электронный ресурс]. – Режим доступа: . – Дата доступа: 20.06.2023.
8. Арт-цэнтр І. Босха [Электронны рэсурс]. – Рэжым доступу: – Дата доступу: 17.06.2023.
9. Каложская царква [Электронны рэсурс]. – Рэжым доступу: <https://kalozha.by>. – Дата доступу: 17.06.2023.
10. Хадсон К. Влиятельные музеи / Хадсон К. // Сибирский Хронограф. – Новороссийск, 2001. – 196 с.
11. Jokilento, J. The context of the Venice Charter (1964) / H. Lind // Conservation and management of archaeological sites. – Roma : James & James (science publishers), 1998. – P. 229–233.
12. ICOMOS Scientific Journal, The Venice Charter – La Charte de Venise 1964–1994, Paris (1994) – P. 110 – 113.

# ВОЗМОЖНОСТИ МЕЖДУНАРОДНОГО И ТРАНСГРАНИЧНОГО ТУРИЗМА

УДК 342.9

## ПРАВОВОЕ РЕГУЛИРОВАНИЕ МЕЖДУНАРОДНОГО И ТРАНСГРАНИЧНОГО ТУРИЗМА В РЕСПУБЛИКЕ БЕЛАРУСЬ И ПЕРСПЕКТИВЫ ЕГО РАЗВИТИЯ

**В. М. Бондаренко**

Учреждение образования «БИП – Университет права  
и социально-информационных технологий»,  
ул. Короля, 3, 220004, г. Минск, Беларусь,  
vitabone@mail.ru

**Аннотация.** В статье рассматриваются правовое регулирование в сфере международного и трансграничного туризма и перспективы его развития, особенности белорусского законодательства, регулирующего туристическую сферу. Отмечаются факторы, положительно и отрицательно влияющие на перспективы его развития. Целью исследования явилось выявление тенденций и формирование предложений по совершенствованию сферы международного и трансграничного туризма.

**Ключевые слова:** Республика Беларусь, международный туризм, трансграничность, Конституция, Основной Закон, закон, туризм, туристические услуги, миграционный кризис, санкционное давление, перспективы развития туризма.

**Образец цитирования:** Бондаренко, В. М. Правовое регулирование международного и трансграничного туризма в Республике Беларусь и перспективы его развития / В. М. Бондаренко // Перспективы развития туризма в современных условиях: мировые тенденции и региональные контексты : материалы III Междунар. науч.-практ. конф., Минск, 28 сент. 2023 г. / Национальное агентство по туризму ; редкол.: И. Н. Воронович (предс.) [и др.]. – Минск, 2023. – С. 357–364.

# LEGAL REGULATION OF INTERNATIONAL AND CROSS-BORDER TOURISM IN THE REPUBLIC OF BELARUS AND PROSPECTS OF ITS DEVELOPMENT

V. Bondarenko

Educational Institution «BIP – University of Law and Social Information Technologies»,  
Korolya Street, 3, 220004, Minsk, Belarus, vitabone@mail.ru

**Annotation.** The article discusses the legal regulation of the sphere of international and cross-border tourism and the prospects for its development, the features of the Belarusian legislation regulating the tourism sector. Factors positively and negatively affecting the prospects for its development are noted. The purpose of the study was to identify trends and formulate proposals for improving the sphere of international and cross-border tourism.

**Keywords:** Republic of Belarus, international tourism, cross-border, Constitution, Basic Law, law, tourism, tourism services, migration crisis, sanctions pressure, tourism development prospects.

**For citation:** Bondarenko, V. Legal regulation of international and cross-border tourism in the Republic of Belarus and prospects for its development / V. Bondarenko // Prospects for the development of tourism in modern conditions: world trends and regional contexts : materials of the III Int. sci.-pract. conf., Minsk, 28 Sept. 2023 / National Agency for Tourism ; ed.: I. Voronovich (chair.) [et al.]. – Minsk, 2023. – P. 357–364.

Туризм является одним из направлений развития Республики Беларусь. Наша страна обладает богатым природным и культурным потенциалом, современными спортивными сооружениями, промышленными и сельскохозяйственными предприятиями, способствующими развитию международного и трансграничного туризма. Программа социально-экономического развития нашей страны на 2021–2025 годы в разделе «Укрепление экономического потенциала» содержит положения, направленные на ускорение развития сферы услуг, к которой относится туристическая индустрия [1]. Данная сфера выполняет не только экономическую, но также политическую и социальную

функции: а) позволяет знакомить и сближать народы разных стран и культур с белорусской, белорусов знакомить и сближать с зарубежной; б) выступать носителем и представителем белорусской государственности; в) восстанавливать и укреплять жизненный потенциал человека; г) способствует всестороннему развитию личности и формированию в стране качественного человеческого капитала.

Отношения в туристической сфере регулируются белорусским законодательством о туризме, международными договорами Республики Беларусь, а также международно-правовыми актами, составляющими право Евразийского экономического союза. Вышеизложенное невозможно должным образом осуществить, не принимая во внимание и не руководствуясь отдельными и важными конституционными положениями, имеющими самое непосредственное отношение к рассматриваемой теме. Прежде всего надо отметить, что реализация прав граждан, имеющих прямое или опосредованное отношение к международному и трансграничному туризму, содержится в ряде статей Конституции Республики Беларусь.

Так, например, в ч. 1 ст. 2 отмечено, что «человек, его права, свободы и гарантии их реализации являются высшей ценностью и целью общества и государства». А «обеспечение прав и свобод граждан Республики Беларусь является высшей целью государства», что закреплено в ч. 1 ст. 21 Основного Закона нашей страны. Кроме того, «государство гарантирует права и свободы граждан Беларуси, закрепленные в Конституции, законах и предусмотренные международными обязательствами государства», отмечается в ч. 4 ст. 21 Конституции Республики Беларусь [2].

Что касается ограничений, то они также содержатся в Основном Законе, например, в ст. 23 отмечено, что «ограничение прав и свобод личности допускается только в случаях, предусмотренных законом, в интересах национальной безопасности, общественного порядка, защиты нравственности, здоровья населения, прав и свобод других лиц. Никто не может пользоваться преимуществами и привилегиями, противоречащими закону». Таким образом, можно сделать вывод, что реализация прав и свобод граждан на осуществление туристической деятельности в широком смысле должна свободно и беспрепятственно осуществляться, а государство в этом усматривает свою высшую цель.

В Республике Беларусь действует достаточно развитое законодательство, регулирующее сферу туризма. Приняты, например, Закон

Республики Беларусь от 25 ноября 1999 г. № 326-3 «О туризме» [3], утверждена и принята Национальная стратегия развития туризма в Республике Беларусь до 2035 г. [4], Указ Президента Республики Беларусь от 7 августа 2019 г. № 300 «Об установлении безвизового порядка въезда и выезда иностранных граждан» [5] и другие правовые акты, уточняющие и раскрывающие правовые аспекты туристической сферы.

Международный туризм как организационная форма представляет собой международный и внутренний туризм. Это закреплено в ст. 4 Закона Республики Беларусь «О туризме». Однако точного и единообразного определения «трансграничный туризм» в нашем законодательстве нет. Тем не менее можно сказать, что это разновидность международного туризма и особый вид туристической деятельности, в основе которого лежит развитие туристической инфраструктуры, организация и проведение трансграничных маршрутов по приграничным территориям государств.

Безусловно, на развитие международного и трансграничного сотрудничества в туризме влияет проведение соответствующей внутренней и внешней политики государства. От того, как, каким образом и в какой степени оно ее осуществляет, зависят отношения не только с сопредельными странами, но и дальним зарубежьем.

На привлекательность и доступность посещения страны оказывает влияние такой фактор, как возможность безвизового посещения страны (или так называемый безвиз), когда зарубежным гражданам обычно требуется белорусская виза, а белорусское государство предоставляет таким гражданам некоторые преференции. Все это позволяет развивать международный въездной туризм, а также трансграничное сотрудничество в туристической области. Например, с 15 апреля 2022 г. по 31 декабря 2023 г. начал действовать безвизовый режим для граждан Литвы и Латвии. А с 1 июля 2022 г. по 31 декабря 2023 г. введен безвизовый порядок въезда в Республику Беларусь для граждан Республики Польша. За данный период времени в Беларуси побывали 607 769 граждан этих трех стран [6].

Без белорусской визы отдельные иностранные граждане посетили с 12 по 17 июля 2023 г. «Славянский базар в Витебске», условием чего было приобретение билета на концерт. Точное количество иностранцев, посетивших данное мероприятие, пока неизвестно. Также безвиз, был введен и для участников II Игр стран СНГ. Этот режим продлился до конца лета 2023 г., им смогли воспользоваться не только атлеты



и члены делегаций, но и болельщики, которым хватило бесплатных билетов на соревнования. Игры прошли в 11 городах Беларуси с 4 по 14 августа 2023 г. Спортсмены состязались в 20 видах спорта. Таким образом, снятие ограничительных барьеров в виде белорусских виз позволяет практически беспрепятственно посетить иностранцам страну с целью туризма.

Следующим фактором, влияющим на развитие международного и трансграничного туризма, можно назвать соотношение цены и качества предоставляемых туристических услуг, стоимости транспортных услуг, питания, проживания и др. Если рассматривать цены на сопоставимые услуги в нашей стране и сопредельных государствах, то надо отметить, что, как правило, они примерно одинаковы, за исключением некоторых позиций, где, например, стоимость авиаперевозок в Беларуси выше, чем за рубежом. Исходя из этого, а также из других веских соображений, потенциальный турист, как отечественный, так и иностранный, будет отдавать предпочтение тому, что более выгодно. Следовательно, для привлекательности белорусского сегмента туристического рынка следует повышать качество услуг и снижать цены, чему может способствовать конкурентность в рыночной среде.

Надо признать, что туристическая активность в стране несколько изменилась по сравнению с прошлыми годами. Безусловно, этому способствовал целый ряд факторов как внутреннего, так и внешнего характера. Например, внутренний туризм стал более динамично развиваться ввиду ограниченных возможностей внешнего. Тем не менее, как и в любой стране, в Республике Беларусь имеются некоторые трудности, препятствующие поступательному развитию туризма и гостеприимства. Рассмотрим некоторые из них.

Для отечественного и зарубежного потребителя туристических услуг немаловажное значение имеет уровень доходов. Если жизненный уровень населения страны будет снижаться, то туризм в любом его значении не будет являться приоритетом. Кроме того, негативные прогнозы в сфере экономики и ее развития в средней и долгосрочной перспективе, а также реальное слабое финансовое состояние субъектов экономических отношений не будут привлекать внимание потенциальных инвесторов, причем как отечественных, так и зарубежных, ввиду отсутствия четких и позитивных перспектив в будущем.

На развитии международного туризма в Республике Беларусь не может не сказываться ситуация, сложившаяся вокруг нее. Например,

усилившееся санкционное давление со стороны наиболее экономически развитых стран мира затрудняет развитие целых секторов национальной экономики. Происходит перераспределение векторов политического и экономического сотрудничества с зарубежными государствами, что, конечно же, оказывает самое непосредственное влияние на туристическое сотрудничество и туристические потоки. Например, национальный авиаперевозчик «Белавиа» с конца 2021 г. не осуществляет полеты в страны Западной Европы, а зарубежные авиакомпании облетают территорию Республики Беларусь, имеются трудности с осуществлением технического обслуживания и программным обеспечением зарубежной авиационной техники авиакомпании «Белавиа». Ряд зарубежных европейских и иных государств ограничили или же просто прекратили выдачу виз для граждан Республики Беларусь, что, безусловно, затрудняет осуществление туристической деятельности в рамках международного и трансграничного туризма.

Ограничения Международного олимпийского комитета, международных спортивных федераций в отношении участия белорусских спортсменов и работы белорусских спортивных чиновников на крупных международных соревнованиях не будут способствовать привлекательности страны, что сказывается на ее имидже в международном сообществе и притоке потенциальных иностранных туристов.

Миграционный кризис, начавшийся осенью 2021 г. в Беларуси, несколько снизился, но не прекратился. Практически ежедневно на государственной границе Республики Беларусь с сопредельными странами Европейского Союза пограничными органами Польши, Литвы и Латвии задерживаются мигранты, стремящиеся нелегально попасть в Западную Европу. Закрытие некоторых пунктов пропуска на белорусско-польской границе увеличивает время прохождения границы пассажирами, туристами как в одну, так и в другую сторону. Возведение высоких заградительных заборов сопредельными странами Европейского Союза в целях обеспечения своей национальной безопасности от пытающихся проникнуть к ним нелегальных мигрантов со стороны Республики Беларусь снижает привлекательность международного и трансграничного туризма.

Проведение специальной военной операции Российской Федерацией на территории Украины привело практически к невозможности осуществлять туристическую деятельность с Украиной. Это связано с тем, что наша страна выступает союзником России, а Российская

Федерация на Украине рассматривается на законодательном уровне как государство-агрессор. Более того, значительная часть украинско-белорусской границы просто заминирована со стороны Украины. А в приграничных районах на границе Беларуси и Украины белорусскими властями в 2021–2022 гг. вводились ограничения на посещение гражданами ряда туристических и природных объектов.

На протяжении нескольких лет в рамках белорусско-российских международных договоренностей на границе между Беларусью и Россией не осуществлялся пограничный контроль. Туристы, пассажиры свободно и беспрепятственно ее пересекали на наземных транспортных средствах. Однако в 2021–2023 гг. периодически осуществлялся пограничный контроль, прежде всего российской стороной. С этим столкнулись белорусские туристы, ездившие в г. Москву для оформления виз зарубежных государств. Оставляя в зарубежном посольстве или консульстве в России свой паспорт, сталкивались на границе с проблемой возвращения из России в Беларусь.

Исходя из вышеизложенного, возникает закономерный вопрос – каковы перспективы развития международного и трансграничного туризма в нашей стране? На него в настоящее время нет однозначного ответа. Тем не менее туризм есть, он продолжает существовать и, насколько позволяют ресурсы и обстоятельства, развиваться. Для его успешного и динамичного развития было бы целесообразным устранить причины и факторы, тормозящие этот процесс.

### Список литературы

1. Программа социально-экономического развития Республики Беларусь на 2021–2025 годы [Электронный ресурс] : Указ Президента Респ. Беларусь, 29 июля 2021 г., № 292 (в ред. от 23.06.2023 № 180) // Онлайн-сервис готовых правовых решений iLex / ООО «ЮрСпектр», Нац. центр правовой информ. Респ. Беларусь. – Режим доступа: <https://ilex-private.ilex.by>. – Дата доступа: 02.07.2023.
2. Конституция Республики Беларусь 1994 года : с изм. и доп., принятыми на респ. референдумах 24 нояб. 1996 г., 17 окт. 2004 г. и 27 фев. 2022 г. – Минск : Нац. центр правовой информ. Респ. Беларусь, 2022. – 80 с.
3. О туризме : Закон Респ. Беларусь от 11 ноября 2021 г. № 129-З : в ред. от 13 нояб. 2021, 2/2849 // Онлайн-сервис готовых

- правовых решений iLex / ООО «ЮрСпектр», Нац. центр правовой информ. Респ. Беларусь. – Режим доступа: <https://ilex-private.ilex.by>. – Дата доступа: 02.07.2023.
4. Утверждена Национальная стратегия развития туризма в Республике Беларусь до 2035 года [Электронный ресурс]. – Режим доступа: [https://sdgs.by/news\\_events/news/a3d2c70947d9e1d.html](https://sdgs.by/news_events/news/a3d2c70947d9e1d.html). – Дата доступа: 02.07.2023.
  5. Об установлении безвизового порядка въезда и выезда иностранных граждан : Указ Президента Респ. Беларусь, 7 авг. 2019 г. № 300 // Онлайн-сервис готовых правовых решений iLex / ООО «ЮрСпектр», Нац. центр правовой информ. Респ. Беларусь. – Режим доступа: <https://ilex-private.ilex.by>. – Дата доступа: 02.07.2023.
  6. С начала года безвизовым режимом воспользовались более 200 тысяч человек [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://sputnik.by/20230704/s-nachala-goda-bezvizovym-rezhimom-vospolzovalis-bolee-200-tysyach-chelovek-1077190816.html>. – Дата доступа: 02.07.2023.

## РАЗВИТИЕ БЕЛОРУССКО-РОССИЙСКОГО ТРАНСГРАНИЧНОГО ТУРИЗМА

Л. Н. Давыденко

Белорусский государственный университет,  
ул. Ленинградская, 20, 220030, г. Минск, Беларусь, davidenko@tut.by

**Аннотация.** В статье рассмотрены вопросы развития и эволюции трансграничной интеграции; выделены приоритетные направления белорусско-российского трансграничного сотрудничества в туризме.

**Ключевые слова:** трансграничное сотрудничество, еврорегион, приграничная территория, экономическая интеграция, туризм.

**Образец цитирования:** Давыденко, Л. Н. Развитие белорусско-российского трансграничного туризма / Л. Н. Давыденко // Перспективы развития туризма в современных условиях: мировые тенденции и региональные контексты : материалы III Междунар. науч.-практ. конф., Минск, 28 сент. 2023 г. / Национальное агентство по туризму ; редкол.: И. Н. Воронович (предс.) [и др.]. – Минск, 2023. – С. 365–371.

## DEVELOPMENT OF BELARUSIAN-RUSSIAN CROSS-BORDER TOURISM

L. Davydenko

Belarusian State University,  
Leningradskaya Street, 20, 220030, Minsk, Belarus, davidenko@tut.by

**Abstract.** The article deals with the development and evolution of cross-border integration; priority areas of Belarusian-Russian cross-border cooperation in tourism are highlighted.

**Keywords:** transboundary cooperation, euro region, frontier territory, economic integration, tourism.

**For citation:** Davydenko, L. Development of Belarusian-Russian Cross-border Tourism // Prospects of tourism development in modern conditions: global trends and regional contexts : materials of the III Int. sci.-pract. conf., Minsk, 28 Sept. 2023 / National Agency

for Tourism ; ed.: I. Voronovich (chair.) [et al.]. – Minsk, 2023. – P. 365–371.

Развитие экономики Республики Беларусь во многом определяется социально-экономическим совершенствованием приграничных регионов. От того, насколько эффективно будут протекать позитивные процессы преобразований в этих регионах, зависит будущее страны. Современная ситуация осложняется острым геополитическим противостоянием, возросшей конкуренцией на мировом рынке и другими негативными чертами нарастающего хаоса. Следует включить все резервы государства для ускорения социально-экономических и технологических преобразований в Республике Беларусь. Модернизация приграничных регионов во всех ее проявлениях превратилась в насущную проблему, требующую решения, включая и туристическую отрасль.

Ведь приграничные регионы Беларуси занимают около 40 % территории страны, проживает в них более трети населения республики, а производится лишь пятая часть промышленной и сельскохозяйственной продукции. При этом экономический потенциал развития приграничных территорий Республики Беларусь выглядит очень скромно: по объему привлеченных иностранных инвестиций в реальный сектор экономики они составляют всего 1,5 %; по удельному весу во внешнеторговом обороте – не более 5 % [3].

Белорусско-российское приграничье – особый регион, формирующийся по обе стороны государственной границы (ее протяженность – 959 км) на смежных территориях суверенных государств. В теории и на практике сделано многое: руководящие функции осуществляет Высший Совет Союзного государства, законодательными функциями обладает Парламентское Собрание Союза Беларуси и России, исполнительные функции возложены на Совет Министров Союзного государства, действует Постоянный комитет Союзного государства. Сформированные структуры позволяют реализовывать многочисленные проекты на благо дружественных стран, обеспечивают интеграционные процессы, определяют характер взаимодействия на приграничных территориях.

Сотрудничество Беларуси и России в сфере туризма осуществляется на различных региональных договорах, соглашениях и декретах, заключенных как в рамках Союзного государства, так и в рамках двусторонних межрегиональных соглашений. Существующая норма-

тивно-правовая база белорусско-российского взаимодействия в сфере туризма позволяет:

- 1) свободное перемещение и путешествие без виз в пределах Союзного государства;
- 2) трансформацию преобразований в туристической сфере на основе рыночных механизмов;
- 3) расширение двусторонней торговли в сфере туристских услуг;
- 4) осуществление научных и образовательных проектов в сфере туризма;
- 5) согласование и продвижение политики на международном уровне в рамках совместных планов и программ во взаимоотношениях с Всемирной туристической организацией ООН (ЮНВТО), другими национальными туристическими организациями.

Однако многие решения и действия носят ситуативный характер, направлены на достижение временных, текущих целей. Зачастую прилагаемые усилия и шаги по развитию конкретных отраслей экономики бессистемны и носят хаотичный характер. И это касается также пространственной организации социально-экономической системы белорусско-российского приграничья. Поэтому необходимо проанализировать особенности территориальной структуры хозяйства белорусско-российского приграничья, определить перспективы его развития и возможности совершенствования социально-экономического развития приграничных регионов. Это позволит с научной точки зрения проанализировать особенности структурной трансформации и социально-экономического совершенствования регионов белорусско-российского приграничья, чтобы выявить дополнительные резервы повышения конкурентоспособности данных регионов (в частности, еврорегиона Днепр) и соответствующих государств.

Общая площадь белорусско-российского приграничья – 247,4 тыс. км<sup>2</sup>, в том числе 137,9 тыс. км<sup>2</sup> в пределах российского приграничья и 109,5 тыс. км<sup>2</sup> в пределах белорусского приграничья. В пределах российской части приграничья находится 55,7 % всей территории, а в пределах белорусской – 43,3 % (табл. 1). Следует отметить, что на три российских региона в составе рассматриваемой приграничной зоны приходится всего 0,8 % территории Российской Федерации и более половины общей площади Республики Беларусь (52,7 %).

В шести областях белорусско-российского приграничья на начало 2021 г. проживало 4676,8 тыс. горожан, а это составляет ровно

75 % всего населения приграничья. При этом в белорусской части приграничья уровень урбанизации несколько выше, чем в российской (табл. 2). Во всем приграничье Беларуси и России было 191 городское поселение, в том числе 99 в белорусской и 92 в российской его части. На 1 городское поселение в российских регионах приходилось примерно 1500 км<sup>2</sup>, на одно белорусское городское поселение – 1100 км<sup>2</sup>, т. е. на 1/3 меньше.

**Таблица 1. Площадь, население и плотность населения приграничных областей белорусско-российского приграничья на начало 2021 г.**

Регионы	Площадь, км <sup>2</sup>	Население, тыс. чел.	Плотность населения, чел./км <sup>2</sup>
Регионы приграничья	247 358,3	6234,3	25,2
Регионы Беларуси	109 484,1	3510,3	32,1
Витебская область	40 049,0	1120,3	28,0
Могилевская область	29 071,1	1014,8	34,9
Гомельская область	40 364,0	1375,2	34,1
Регионы России	137 874,2	2724,0	19,8
Псковская область	53 247,6	620,2	11,6
Смоленская область	49 779,0	921,1	18,5
Брянская область	34 847,6	1182,7	33,9

Примечание: составлено по данным Белстата и Росстата.

Городские поселения в белорусской части приграничья не только имеют более густую сеть, но они являются и более населенными. Так, среднее городское поселение в белорусских областях приграничья имеет население 28,9 тыс. человек, а в российской части приграничья – 21,6 тыс. человек, т. е. на 33,8 % меньше. При этом население городских поселений российских областей приграничья уже стало сокращаться (за последние 2 года оно уменьшилось на 18 тыс. человек), а в белорусских областях приграничья – выросло на 1,2 тыс. человек [2, с. 66].

На территории белорусско-российского приграничья только Гомельская и Брянская области взаимодействуют в рамках еврорегиона Днепр, в то время как Витебская и Могилевская области, граничащие со Смоленщиной и Псковщиной, не развивают подобные инициативы.

Принципиальным отличием еврорегионов стран СНГ является отсутствие проектов, по масштабам и объемам финансирования сопоставимых с проектами еврорегионов стран ЕС. Еврорегион Днепр, как и другие еврорегионы на внутренних границах СНГ, в основном ориентирован на развитие так называемых малых форм взаимодей-



ствия: социокультурных коммуникаций, обменов, праздников и т. п. В качестве основного источника финансирования выступают средства областных бюджетов. Переход на качественно иной уровень реализуемых инициатив блокируется отсутствием специализированных финансовых и иных институтов поддержки, аналогичных созданным в Европейском союзе, и в целом недостаточным финансированием [1, с. 15].

На внутренних границах СНГ значение бизнеса, негосударственных и некоммерческих организаций в развитии еврорегиональной кооперации сводится к минимуму, что связано как с бюджетными проблемами, так и с особенностями институциональной среды, где они функционируют. Сотрудничество в сфере инноваций и технологий не получает развития в связи с отсутствием запроса на всех уровнях. В результате взаимодействие в рамках еврорегионов СНГ осуществляется только по двум направлениям – образовательному (преимущественно в сфере среднего) и социокультурному (преимущественно в формате малых форм взаимодействия: праздники, фестивали и другие туристические мероприятия).

Представляется целесообразной проработка вопроса по созданию новых еврорегионов, которые назовем Западной Двина и Славянка, размещаемых в бассейнах рек Днепр, Сож, Западная Двина. Они включают Могилевскую область и большую часть Витебской области (за исключением Браславского, Верхнедвинского, Миорского, Поставского и Глубокского районов, уже входящих в еврорегион Озерный край). В рамках новых еврорегионов предполагается рациональное сосредоточение региональных природных и туристических ресурсов в сферах совмещения межтерриториальных интересов стран-соседей Беларуси и России.

Как показывают исследования российских ученых, основная проблема российских регионов приграничья – низкий уровень технико-технологической модернизации, а в белорусских регионах приграничья – низкий уровень институциональной модернизации: следовательно, главная задача в российской части приграничья – привлечение инвестиций, а в белорусской – создание условий для ведения бизнеса, развитие малого и среднего предпринимательства [2, с. 310].

Для развития взаимовыгодных белорусско-российских контактов существует серьезный потенциал, в первую очередь включающий развитую приграничную транспортную инфраструктуру. Принято, что

экономические программы функционирования любого еврорегиона включают проекты развития малого и среднего бизнеса, туристических услуг и создания условий для расширения трудовой деятельности населения приграничья. Однако этот потенциал в настоящее время используется пока крайне слабо.

Для активизации трансграничного сотрудничества еврорегионов Республики Беларусь и стран СНГ необходимо использовать опыт стран Европейского Союза в рамках концепции «зеленой экономики». Это позволит шире привлекать международные научно-исследовательские разработки университетов, транспортные коридоры и каналы коммуникаций для эффективного использования трудовых и природных ресурсов регионов. Наиболее значимый эффект приграничные регионы страны могут получить при выполнении совместных комплексных программ трансграничного сотрудничества с участием финансовых средств от государственно-частного партнерства стран ЕАЭС [1, с. 20].

К приоритетным направлениям развития трансграничного сотрудничества Беларуси и России на современном этапе в сфере туризма следует отнести:

- 1) развитие производственных мощностей приграничных районов, инфраструктурного обеспечения, сопряженность транспортных и коммуникационных сетей как экономической основы эффективного взаимодействия регионов, оживления малого и среднего бизнеса, туристических объектов;

- 2) организация трансграничных туристических маршрутов для посещения исторических и природных достопримечательностей регионов;

- 3) развитие межрегионального событийного туризма в приграничных районах (музыкальных фестивалей, спортивных мероприятий, ярмарок, детских военно-патриотических игр и др.);

- 4) развитие познавательного туризма путем проведения экскурсионных мероприятий по местам исторических событий мировых войн на территории Беларуси и России;

- 5) организация посещений культовых объектов в рамках религиозного туризма;

- 6) организация сезонного водного (речного) туризма по крупным рекам: Днепру, Западной Двине, Сожу, протекающим на территории Беларуси и России;

7) совершенствование правового регулирования с целью гармонизации нормативно-правовой базы трансграничного сотрудничества Беларуси и России в сфере туризма;

8) создание унифицированной информационной базы данных субъектов туристической деятельности приграничных регионов Беларуси и России для улучшения их координации в туристической деятельности.

### Список литературы

1. Давыденко, Л. Н. Опыт функционирования еврорегионов как форма трансграничного сотрудничества в ЕС и СНГ / Л. Н. Давыденко, А. И. Литвинюк // Экономика, моделирование, прогнозирование : сб. науч. тр. / ред. кол.: М. К. Кравцов (гл. ред.) [и др.]. – Минск : НИЭИ Мин-ва экономики Респ. Беларусь, 2021. – Вып. 15. – С. 12–21.
2. Модернизация и структурные трансформации российско-белорусского приграничья : монография / под ред. А. П. Катровского, Ю. П. Ковалева, Т. И. Яськовой. – Смоленск : Универсум, 2018. – 376 с.
3. Регионы Республики Беларусь: социально-экономические показатели, 2021. Стат. сб. Т. 1 [Электронный ресурс] // Национальный статистический комитет Республики Беларусь. – Режим доступа: <http://www.belstat.gov.by>. – Дата доступа: 12.06.2022.

## **РЕСПУБЛИКА БЕЛАРУСЬ В РАМКАХ ИНДЕКСА УСТОЙЧИВОГО ТУРИЗМА: СРАВНИТЕЛЬНЫЙ АНАЛИЗ**

**О. В. Ежель**

Учреждение образования  
«Белорусский государственный экономический университет»,  
пр. Партизанский, 26, 220070, г. Минск, Беларусь, oejel@mail.ru

**Аннотация.** В статье проведен сравнительный анализ Республики Беларусь в рамках Индекса устойчивого туризма, оценены сильные и слабые стороны в составляющих показателях устойчивости, а также выявлены перспективы устойчивого развития туризма.

**Ключевые слова:** Беларусь, туризм, устойчивое развитие, Индекс устойчивого туризма.

**Образец цитирования:** Ежель, О. В. Республика Беларусь в рамках индекса устойчивого туризма: сравнительный анализ / О. В. Ежель // Перспективы развития туризма в современных условиях: мировые тенденции и региональные контексты : материалы III Междунар. науч.-практ. конф., Минск, 28 сент. 2023 г. / Национальное агентство по туризму ; редкол.: И. Н. Воронович (предс.) [и др.]. – Минск, 2023. – С. 372–385.

## **THE REPUBLIC OF BELARUS IN THE FRAMEWORK OF THE SUSTAINABLE TRAVEL INDEX: A COMPARATIVE ANALYSIS**

**O. Yezhel**

Educational Institution «Belarusian State Economic University»,  
Partizansky Avenue, 26, 220070, Minsk, Belarus,  
oejel@mail.ru

**Annotation.** The article provides a comparative analysis of the Republic of Belarus within the framework of the Sustainable Travel Index, assesses the strengths and weaknesses in the constituent indicators

of sustainability, and also identifies the prospects for sustainable tourism development.

**Keywords:** Belarus, tourism, sustainable development, Sustainable Travel Index.

**For citation:** Yezhel, O. The Republic of Belarus in the framework of the Sustainable Travel Index: a comparative analysis / O. Yezhel // Prospects for the development of tourism in modern conditions: global trends and regional contexts : materials of the III Int. sci.-pract. conf., Minsk, 28 Sept. 2023 / National Agency for Tourism ; ed.: I. Voronovich (chair.) [et al.]. – Minsk, 2023. – P. 372–385.

Уже не один год туризму придают особое значение с точки зрения устойчивого развития. Это стало важным в первую очередь из-за воздействия туристической деятельности на различные сферы жизни общества, так как туризм создает дополнительные возможности занятости и получения дохода. Туристическая индустрия представляет собой симбиоз взаимодействия многих отраслей экономики и, таким образом, способствует диверсификации экономической структуры страны, особенно в сельских районах. Кроме того, туризм предоставляет возможности для повышения ценности природы и ландшафта, сохранения традиционных культур и расширения личного кругозора.

Однако наряду с этими положительными сторонами туризма также можно столкнуться с его многочисленными негативными последствиями. В частности, следует упомянуть экологические аспекты, такие как увеличение потребления энергии, выбросы парниковых газов, особенно в результате авиаперелетов, использование площадей туристической инфраструктурой, ухудшение биоразнообразия в зонах туристической деятельности, а также повышенную концентрацию отходов, потребление и загрязнение воды, шумовое загрязнение в туристических дестинациях.

Являясь участником коалиции «Будущее туризма», компания Euromonitor International [1], специализирующаяся на изучении глобальных рынков и предоставляющая услуги по стратегическому анализу, разработала Индекс устойчивого туризма и представила рейтинг по 99 странам. Таким образом, она выразила свою позицию в содействии устойчивому восстановлению путешествий и туризма после пандемии в марте 2021 г. на ежегодной туристической конвенции ИТВ в Берлине. Данный индекс был разработан, чтобы помочь

туристическим компаниям перейти к более устойчивым и целенаправленным моделям туризма.

Разработка и публикация рейтинга была связана с окончанием первой волны пандемии коронавируса и постепенным открытием стран к путешествиям. Тогда Euromonitor International предложила вариант использования данной возможности для перехода к «устойчивому туризму» путем развития в первую очередь внутреннего туризма, который, по их словам, «может помочь восстановлению в краткосрочной и среднесрочной перспективе», так как одним из принципов устойчивости является счастье местного населения. Euromonitor International также сослался на важность концепции устойчивости в наши дни и ее соблюдения в рамках целей устойчивого развития (ЦУР) ООН и их применения в сфере туризма [1].

Каждая страна была проанализирована по семи ключевым показателям устойчивого туризма, выделенным Euromonitor International. 99 стран из семи регионов мира рассмотрены через три основные составляющие устойчивости: экологическую, социальную и экономическую, а также четыре дополнительных показателя: риски, устойчивость туристического спроса, транспорта и жилья. В целом оценены 57 показателей, каждый из которых был взвешен в соответствии с уровнем прямой или косвенной значимости. В итоге такого анализа был получен окончательный рейтинг по Индексу устойчивого туризма, который позволяет сравнивать результаты стран в рамках основных семи показателей.

Используя рейтинг стран по Индексу устойчивого туризма, туристические компании, организации по управлению туристическими дестинациями и советы по туризму могут понять проблемы и перспективы устойчивого развития. Такой рейтинг можно использовать для сравнения показателей различных стран и разработки стратегии устойчивого туризма.

В индикаторах наибольшее значение придается устойчивому туристическому спросу, транспорту и размещению, поскольку они оказывают значительное и непосредственное влияние на репутацию страны в области устойчивого туризма и способность предоставлять туристические услуги. Учитывая, что основы экологической, социальной и экономической устойчивости имеют скорее косвенную связь с устойчивыми поездками и связаны с общим состоянием здоровья в стране, где туризм играет вспомогательную роль, их вес в индексе был оценен в два раза меньше [2].

Индикатор экологической устойчивости определяется такими экологическими проблемами, как изменение климата, загрязнение и выбросы углерода, наряду с мерами политики, принимаемыми для защиты и поддержания биоразнообразия и естественной среды обитания, использования природных ресурсов, зависимости от ископаемого топлива и внедрения возобновляемых источников энергии.

*Индикатор социальной устойчивости* определяется качеством жизни и благосостоянием населения страны, основанным на уровне прав человека, таких как доступ к основным продуктам питания и жилью, право на достойную заработную плату, равенство и демократические свободы, предоставляемые социальной политикой.

*Индикатор экономической устойчивости* определяется как способность страны достичь экономического роста, включая сферу туризма, который был назван средством достижения ЦУР 12 – ответственного потребления и производства, обеспечения достойной работы и занятости для искоренения нищеты, демократизации технологий и создания процветающего частного сектора.

*Индикатор риска* определяется как основные внешние риски с точки зрения антропогенных рисков, таких как терроризм, или природных рисков, таких как стихийные бедствия и климатические явления, способность страны заботиться о больных, уровень старения населения, а также риски, с которыми сталкиваются природные и культурные ценности.

*Индикатор устойчивого спроса на туризм* определяется как способность страны обеспечить сбалансированный и устойчивый сектор путешествий и туризма путем создания сильной экономики внутреннего туризма.

*Индикатор устойчивого транспорта* определяется качеством и энергоэффективностью его транспортной инфраструктуры, уровнем транспортных выбросов и наличием широкого спектра вариантов транспорта и мобильности, гарантирующих отсутствие чрезмерной зависимости от авиаперевозок.

*Индикатор устойчивого размещения* определяется использованием ресурсов отелей с полным спектром услуг в стране и разнообразием предложения жилья с широким спектром вариантов, таких как краткосрочная аренда, кемпинги и традиционные форматы, предлагаемые потребителям, чтобы гарантировать, что нет чрезмерной зависимости от отелей.

Таким образом, Индекс устойчивого туризма стал одним из наиболее полных и эффективных инструментов оценки стран по их потенциалу к развитию устойчивого туризма, являясь также наиболее актуальной оценкой стран. Это обусловило наш выбор данного индекса для анализа достижений Республики Беларусь в рамках концепции устойчивого туризма. В рейтинге устойчивого туризма 2020 года от Euromonitor International Республика Беларусь занимает 26-е место. Для сравнения соседние страны: Эстония – 4-е, Латвия – 8-е, Литва – 12-е, Польша – 21-е, Украина – 30-е, Россия – 65-е. Скандинавия является образцовой в своей вовлеченности и осознании устойчивого развития, где 65 % туристических предприятий уже внедрили стратегию устойчивого развития (по данным июля 2020 г.) [3].

Высокие показатели страны отмечаются в нескольких категориях. В отчете Индекса устойчивого туризма Беларусь вошла в 10 стран с наиболее высокой динамикой роста показателя экологической устойчивости в период с 2015 по 2020 г. Euromonitor International отмечает, что особенностью активности Беларуси в сфере экологии являются ее обязательства, например, в рамках мировых или европейских программ. Ярким примером является влияние Европейского зеленого договора (the European Green Deal), подписанного в 2019 г. Европейский зеленый договор, направленный на достижение нулевого экологического загрязнения в Европе, оказывает воздействие не только на политику ЕС, но и страны Восточного партнерства, включая Беларусь.

Экспертами Euromonitor International отмечается успех Беларуси в показателе ежегодного медленного роста температуры [3]. По данным ГУ «Республиканский центр по гидрометеорологии, контролю радиоактивного загрязнения и мониторингу окружающей среды», с 1989 по 2019 г. на территории Беларуси наблюдается рост температуры на 1,3 °C за 30 лет или 0,4 °C за каждые 10 лет [4], тогда как среднее значение в мире – увеличение на 1,2–1,7 градуса. Однако при этом для Беларуси существуют риски, связанные с повышением температур, так как, по данным Всемирного банка, 40 % экономики Беларуси составляют метеозависимые отрасли, из-за чего последствием изменений климата являются ежегодные потери ВВП на 1 % [5]. Также показатель риска вымирания некоторых видов флоры и фауны зависит от изменения климата. Поэтому необходимы меры для контроля (адаптации) показателя повышения температуры.



Согласно рейтингу стран о выбросах CO<sub>2</sub> от использования ископаемого топлива и промышленных процессов, в 2020 г. Беларусь (6,06 тонн CO<sub>2</sub> в год на душу населения) поместили на 46-е место среди стран с наибольшим количеством выбросов в год. Для сравнения: выбросы в Австрии составляют 7,25 тонн CO<sub>2</sub> в год на душу населения (35-е место в мире), хотя ее территория в 2,5 раза меньше. То есть показатель выбросов в Беларуси является ее относительным преимуществом также по той причине, что Беларусь показала снижение общего количества выбросов по сравнению с 2019 на 5,71 % [6]. Однако показатель выше, чем у Литвы (4,75), Латвии (3,67), Украины (4,35). Путиами совершенствования в этом направлении (по мнению Euromonitor International) являются проявление инициативности государства и строгое законодательство в этой сфере.

Республика Беларусь заняла 47-е место в рейтинге по показателю экологической устойчивости и 7-е место среди 99 стран мира по скорости улучшения данного показателя. Преимущество подтверждает также субиндекс в экологической устойчивости в рамках Индекса туристской конкурентоспособности (4,68 балла – выше среднемирового показателя).

Беларусь имеет сильные преимущества по показателю рисков для устойчивого туризма. В 2020 г. по рискам страна была помещена на 9-е место среди 99 стран мира, в период с 2019 по 2020 г. отмечается наиболее активное снижение показателя. Среди слабых сторон отмечаются высокая уязвимость, отсутствие адаптационных способностей [3]. В Глобальном индексе терроризма Беларусь также имеет положительную оценку уровня опасности в стране – 0,000 [7].

Государственные расходы на здравоохранение в процентном отношении к ВВП, по данным Белстата, в 2020 г. составили 4,8 %, что на 0,6 процентного пункта выше предыдущего года. Для сравнения: расходы Австрии на здравоохранение в 2020 г. составили 11,4 % ВВП страны, расходы России составили 5,6 % ВВП, а расходы Польши – 6,4 % от ВВП. Следовательно, расходы Беларуси на здравоохранение можно считать низкими, особенно учитывая ситуацию пандемии в 2020 г. [8].

Относительно природных рисков: в Беларуси под угрозой исчезновения находятся 202 вид рыб, животных и насекомых, что составляет 0,66 % всей фауны страны. Состояние флоры менее устойчивое, так как 303 вида (2,5 %) растений находятся под угрозой [9]. А угроза

исчезновения всех четырех объектов всемирного наследия ЮНЕСКО в Беларуси минимальна.

Следовательно, в рамках показателя рисков сильными сторонами Беларуси является высокий уровень социальной безопасности, низкая вероятность происхождения природных катастроф и террористических атак, а также отсутствие угроз исчезновения объектов наследия ЮНЕСКО. Однако низкие расходы на здравоохранение, высокая уязвимость и отсутствие адаптационных механизмов при возникновении рисков и достаточно высокий процент видов флоры и фауны под угрозой исчезновения влияют на снижение данного показателя. В настоящее время нельзя не отметить внезапно возникшие угрозы безопасности (пандемия и СВО), которые отрицательно повлияли на имидж Беларуси как социально безопасной страны.

Одну из наиболее высоких позиций в рейтинге устойчивого туризма Беларусь заняла в категории устойчивости транспорта, а именно 4-е место из 99 [3]. Этому способствует сильная политика создания транспортной инфраструктуры, внедрения электротранспорта и продвижения электромобилей в стране. Министерство энергетики Республики Беларусь заявляет, что в июле 2021 г. в стране насчитывалось 4 тыс. электромобилей, при этом в декабре 2020 г. их было только 1,6 тыс. (показатель вырос на 150 % за 7 месяцев). А 17 июня 2022 г. министр энергетики В. Каранкевич заявил БЕЛТА, что количество электромобилей в Беларуси достигло 10 тыс. Данный результат является следствием активного участия государства в поддержке использования экологичного транспорта, в частности, подписанного 12 марта 2020 г. Указа Президента Республики Беларусь № 92 «О стимулировании использования электромобилей», предоставившего определенные льготы покупателям электромобилей [10].

Согласно данным Всемирного банка, по Индексу эффективности логистики, качества торговой и транспортной инфраструктуры Беларусь оценена на 2,44 балла из 5 возможных. Слабыми сторонами транспортной инфраструктуры являются придорожная инфраструктура низкого качества на всей территории страны, недостаточно развитая инфраструктура транспорта в малых городах и селах, проблемы с пассажирским транспортом, его изношенностью и др. [11]. Также стоит отметить, что важной составляющей в оценке экологической устойчивости транспорта является велосипедная инфраструктура. Велосипедный транспорт наращивает свою востребованность, и даже

в странах высокого уровня автомобилизации становится все более популярным. Белорусскими экспертами транспортной инфраструктуры отмечается недостаточное развитие велосипедной инфраструктуры, в частности велосипедных дорожек.

По результатам зарубежной оценки устойчивости транспорта Беларусь имеет конкурентные преимущества за счет высокой вовлеченности государства в транспортную политику, низкой автомобилизации и выбросов CO<sub>2</sub>, стратегии поддержания электромобилей и мер, применяемых государством в развитии электротранспорта и мобильной инфраструктуры, согласно Постановлению Совета Министров «О Национальном плане действий по развитию “зеленой” экономики Республики Беларусь» и Стратегии по снижению вредного воздействия транспорта на атмосферный воздух Республики Беларусь на период до 2020 года [12, 13]. Стоит также отметить высокий потенциал транспортного машиностроения в Беларуси, признанного на мировом уровне. Слабой стороной является недостаточное развитие транспортной, в том числе велосипедной, инфраструктуры.

По показателю устойчивости размещения Беларусь в 2020 г. находится на 8-м месте из 99 стран и показывает положительную динамику роста данного показателя с 2015 по 2020 г., заняв 2-е место в рейтинге динамики улучшений показателя. Этот показатель зависел от пяти основных составляющих, в том числе процента краткосрочных проживаний от общего числа проживаний, процента продаж отелей от продаж всех имеющихся средств размещения, в которых Беларусь имеет преимущества. В частности, в 2020 г. в гостиницах и аналогичных средствах размещения Беларуси было размещено 1 млн 71 тыс. человек, что составляет 40,5 % от общего числа размещенных в стране лиц, а выручка от реализации гостиничных услуг составила 131,6 млн руб., что эквивалентно 0,9 % ВВП страны [14].

Экологическую устойчивость средств размещения Беларуси сложно оценить из-за недоступности данных по использованным гостиницами ресурсам. Беларусь является одной из немногих стран, где отсутствует процедура экологической сертификации гостиниц. Ее введение планировалось в 2013 г., объявленном Годом экологического туризма в стране, однако данная цель не была реализована.

Среди всех индикаторов Индекса устойчивого туризма Беларусь показала низкие результаты в показателях социальной и экономической устойчивости, а также устойчивости туристического спроса.

Согласно рейтингу мирового счастья, в 2020 и 2021 гг. Беларусь находилась на 75-м месте из 149 стран мира с показателем 5,5 из 10, который вырос в 2022 г. до 5,8 и обеспечил Республике Беларусь 65-е место [15]. В Глобальном индексе мира (измеряет миролюбие стран, состоит из 23 количественных и качественных показателей, каждый из которых оценивается по шкале от 1 до 5, – чем ниже оценка, тем спокойнее страна) 2021 г. Беларусь была оценена показателем 2,29 из 5 и заняла 117-ю позицию из 165 стран мира, а в 2023 г. – 2,25 (116-е место из 163), что является довольно низким показателем [16].

Индекс Джини (используется для измерения неравенства между жителями региона путем сравнения их доходов) в Беларуси, по данным 2020 г., равен 24,4, что говорит о том, что страна относится к категории стран с низкой степенью социального неравенства и, по данным Всемирного банка, занимает 4-е место среди всех стран мира, уступая только Исландии, Словении и Словакии. В 2020 г. 4,8 % населения Беларуси жили в зоне риска бедности. Показатели соседних стран: Литва – 20,9 %, Латвия – 21,6 %, Эстония – 20,7 %, Россия – 12,1 %, Украина – 1,6 %, Польша – 14,8 % [17].

39 % занятых в экономике людей имеют высшее образование. По данным переписи населения 2019 г., на 1000 человек с высшим образованием приходилось 224 мужчины против 270 женщин, со средним специальным – 270 против 301. Процентное соотношение женщин в образовании было учтено в Индексе устойчивого туризма и является преимуществом Беларуси.

Вышеперечисленные данные позволяют сделать вывод о необходимости усиления социальной политики в Беларуси. Это, в свою очередь, отразится на показателях счастья, мира и безопасности населения страны.

Характеризуя экономическую устойчивость, следует отметить, что вклад туризма в ВВП Беларуси в 2018–2019 гг. составлял 2,5 %, а в 2020 г. снизился до 1,4 %. При этом число туристических поездок иностранцев в Республику Беларусь снизилось с 11 832,1 тыс. в 2019 г. до 3 598,5 тыс. в 2020 г. (на 69,6 %) и 3 361,0 тыс. в 2021 г. (на 71,6 %). В 2019 г. экспорт услуг по статье «Поездки» составил 901,3 млн долл. США, а импорт услуг – 1 122,5 млн долл. США, т. е. в стране имелось отрицательное сальдо торгового баланса по статье «Поездки». В 2020 г. экспорт услуг составил 354,2 млн долл. США,

а импорт услуг – 445,8 млн долл. США [18]. Экспорт туруслуг в 2022 г. в Беларуси составил 177,8 млн долларов.

Выручка от размещений в коллективных средствах размещения имела положительную динамику с 2016 по 2019 г. и достигла своего максимума – 712,2 млн руб. В 2020 г. данный показатель снизился до 428,5 млн руб., а в 2022 г. возрос до 823,7 млн руб. [18].

Что касается экономической устойчивости страны в рамках бюджета, то в 2022 г. государственный долг Беларуси составил 29067 млн долл. США, увеличившись с 2021 г. на 978 млн долл. США. Это означает, что долг в 2022 г. достиг 39,75 % ВВП Беларуси, что на 1,43 процентного пункта меньше, чем в 2021 г., когда он составлял 41,18 % ВВП. Положение Беларуси по сравнению с остальным миром улучшилось в 2022 г. в процентном отношении к ВВП. В настоящее время страна № 44 в списке долга к ВВП и № 97 в списке долга на душу населения из 190 стран. [19].

Наблюдается динамика роста числа работников в сфере туризма до пандемии, а затем его снижение в общей доле занятого населения в экономике на 1,5 процентных пункта (с 6 до 4,5) в 2020 г. в связи с повлиявшими на туризм последствиями пандемии коронавируса и необходимыми мерами по сокращению персонала. Численность занятых в сфере туризма продолжает снижаться с 2020 (195,4 тыс. человек) по 2022 г. (189,8 тыс. человек). Несмотря на это, номинальная начисленная среднемесячная заработная плата работников в туризме имеет тенденцию роста, а в 2020 г. показатель прироста самый высокий (17,3 %) за весь период с 2016 по 2022 г. [18].

Исходя из представленной выше информации, видно снижение вклада туризма, экспорта услуг в экономику страны по объективным причинам. Наблюдается рост выручки коллективных средств размещения, зарплаты работников в туризме и снижение уровня госдолга в ВВП страны.

Для оценки устойчивости спроса на туризм проанализированы показатели внутреннего туризма. В Беларуси в 2019 г. было зафиксировано 72,4 тыс. организованных туристов внутри страны (в 2018 г. – 65,2 тыс.), а также 1034,5 тыс. экскурсантов (942,6 тыс. в 2018 г.). По данным Белстата, стоимость туров по внутреннему туризму, оплаченных туристами, в 2020 г. составила 14618,8 тыс. руб., а стоимость экскурсий внутреннего туризма – 7096,2 тыс. руб. 527 организаций (или 39 % всех организаций по предоставлению туристических

услуг) предоставляли услуги внутреннего туризма в Беларуси в 2020 г. Численность внутренних туристов и экскурсантов в 2022 г. возросла почти в 2,6 раза к 2020 г. и составила 1530,4 тыс. человек, а стоимость туров увеличилась в 2022 г. более чем в 3 раза – до 71,3 млн руб. [18].

По данным Белстата, продолжительность пребывания туристов оставалась относительно стабильной в 2015–2019 гг., однако положительная динамика отмечается в 2020 г., когда среднее пребывание туристов составило 6 дней в сравнении с 4 днями в 2019 г. В 2021 г. продолжительность возросла до 10 дней, а в 2022 г. снизилась в 2 раза.

Учитывая данные Белстата о продолжительности пребывания и данные UNWTO о расходах туристов в Беларуси, получим, что турист тратил в среднем около 100 долларов в день, благодаря чему страна остается конкурентоспособной в рамках ценовой политики в туризме.

Для оценки устойчивости спроса на туризм Euromonitor International также рассчитывает отношение числа посетителей к численности населения. В Беларуси соотношение в 2020 г. составило 0,385, т. е. на одного туриста приходится 2,6 жителя Республики Беларусь. В 2022 г. страну посетили 1,4 млн иностранных туристов, т. е. соотношение составило 0,15 к численности населения. Для сравнения: в Австрии в 2020 г. это соотношение составило 1,5, т. е. три туриста на двух жителей, в Польше соотношение равняется 2,3, а в России – 0,043 [1].

Исходя из проведенного выше анализа, можно сделать вывод о том, что на Индекс устойчивого туризма Беларуси оказали отрицательное влияние такие показатели, как устойчивость экономическая, социальная, а также туристический спрос. Наиболее выраженным недостатком является показатель социальной устойчивости, так как место Беларуси в индексах счастья, Глобальном индексе мира и индексах свободы и восприятия коррупции довольно низкое. Показатели экономической устойчивости и туристического спроса находятся на среднем уровне, устойчивость размещения, транспорта и окружающей среды положительно оценены в отчете об Индексе устойчивого туризма.

Устойчивое развитие не является новой концепцией в туристической индустрии, однако только 55 % туристических компаний внедрили ту или иную стратегию устойчивого развития по сравнению с 70 % индустрии потребительских товаров (CPG) в 2020 г.

Наиболее развитыми в стране были отмечены экологическая и транспортная устойчивости. Однако туризм в Республике Беларусь сталкивается с серьезными проблемами. Так, закрытие границ между странами затрудняет развитие международного туризма, но вместе с этим стимулирует развитие внутреннего, для чего приложено много усилий. Беларусь обладает широким потенциалом для его развития и имеет для этого множество возможностей. В первую очередь необходимо сосредоточиться на внутренней и социальной устойчивости. Устойчивое развитие имеет сильное социальное измерение – необходимо инвестировать в сотрудников и местные сообщества. Социальная ответственность начинается с благополучия собственных сотрудников, что обязательно отразится на экономической устойчивости туристического бизнеса.

Что касается увеличения устойчивости туристического спроса, то рост использования роботов, искусственного интеллекта, Интернета вещей остаются актуальными трендами в индустрии туризма и гостеприимства вне зависимости от эпидемиологической обстановки, политической ситуации и иных форс-мажорных обстоятельств. При условии проактивности и сильной вовлеченности государства и частного бизнеса у Республики Беларусь есть огромный потенциал в сфере устойчивости туризма.

### Список литературы

1. Индекс устойчивого туризма Euromonitor International [Электронный ресурс] // Euromonitor International. – Режим доступа: <https://www.euromonitor.com>. – Дата доступа: 20.06.2023.
2. Система индикаторов измерения устойчивого развития туризма UNWTO [Электронный ресурс] // UNWTO. – Режим доступа: <https://www.unwto.org/standards/measuringsustainability-tourism>. – Дата доступа: 26.06.2023.
3. Bremner, C. Top Countries for Sustainable Tourism [Electronic resource] / C. Bremner, St. Dutton // Embracing a Green Transformation for Travel Recovery. – March, 2021. – Mode of access: [https://go.euromonitor.com/rs/805-KOK-719/images/wpSustainableTravelIndex-v0.3.pdf?mkt\\_tok=ODA1LUtPSy03MTkAAAGNA\\_gk3cuubiSYWb\\_AfH-OitOsJWk8vmfa\\_deQAU0kXBE4dTpiPPJn5AQ0YPzJ6QaYFfs4g9v98F0n5-hE3\\_DFgPde-BAff0MYMH0e5mH3q6R1HW3](https://go.euromonitor.com/rs/805-KOK-719/images/wpSustainableTravelIndex-v0.3.pdf?mkt_tok=ODA1LUtPSy03MTkAAAGNA_gk3cuubiSYWb_AfH-OitOsJWk8vmfa_deQAU0kXBE4dTpiPPJn5AQ0YPzJ6QaYFfs4g9v98F0n5-hE3_DFgPde-BAff0MYMH0e5mH3q6R1HW3). – Date of access: 25.06.2023.

4. Что происходит с изменением климата в Беларуси? [Электронный ресурс] // ПРООН. – Режим доступа: <https://www.undp.org/ru/belarus/chto-proiskhodit-s-izmeneniem-klimata-v-belarusi>. – Дата доступа: 29.06.2023.
5. Отчет о мировых рисках 2019 года [Электронный ресурс] // Bundis Entwickleng Hilft. – Режим доступа: <https://reliefweb.int/sites/reliefweb.int/files/resources/WorldRiskReport2019>. – Дата доступа: 29.06.2023.
6. Индекс выбросов CO2 [Электронный ресурс] // Country Economy. – Режим доступа: <https://countryeconomy.com/energy-and-environment/co2-emissions>. – Дата доступа: 29.06.2023.
7. Отчет о глобальном индексе терроризма [Электронный ресурс] // Научный журнал Institute for Economics & Peace GTI – Режим доступа: <https://nonews.co/wp-content/uploads/2021/01/GTI2020.pdf>. – Дата доступа: 29.06.2023.
8. О состоянии государственных финансов в Республике Беларусь, Минск, 2020 [Электронный ресурс] // М-во финансов Респ. Беларусь. – Режим доступа: <https://www.minfin.gov.by/upload/bp/doklad/2020/yd2020.pdf>. – Дата доступа: 01.07.2023.
9. Стратегия в области охраны окружающей среды Республики Беларусь на период до 2035 года [Электронный ресурс] // М-во природных ресурсов и охраны окружающей среды Респ. Беларусь. – Режим доступа: <https://www.minpriroda.gov.by/uploads/files/strategija-okr.okr.sredy-do-2035g.pdf>. – Дата доступа: 01.07.2023.
10. О стимулировании использования электромобилей : Указ Президента Респ. Беларусь, 12 марта 2020 г., № 92 [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://president.gov.by/ru/documents/ukaz-92-ot-12-marta-2020-g-23228>. – Дата доступа: 01.07.2023.
11. Мировой рейтинг индекса логистической эффективности [Электронный ресурс] // Всемирный банк. – Режим доступа: <https://lpi.worldbank.org/international/global>. – Дата доступа: 01.07.2023.
12. Стратегия по снижению вредного воздействия транспорта (мобильных источников) на атмосферный воздух Республики Беларусь на период до 2020 года [Электронный ресурс] // М-во природных ресурсов и охраны окружающей среды Респ. Бела-



- рუსь. – Режим доступа: [https://naturegomel.by/sites/default/files/inline/files/strategiya\\_po\\_snizheniyu\\_vrednogo\\_vozdeystviya\\_transporta.pdf](https://naturegomel.by/sites/default/files/inline/files/strategiya_po_snizheniyu_vrednogo_vozdeystviya_transporta.pdf). – Дата доступа: 01.07.2023.
13. О Национальном плане действий по развитию «зеленой» экономики в Республике Беларусь на 2021–2025 годы : постановление Совета Министров Респ. Беларусь от 10.12.2021 № 710 [Электронный ресурс] // Министерство природных ресурсов и охраны окружающей среды Республики Беларусь. – Режим доступа: <https://minpriroda.gov.by/uploads/files/2021/nats.plan>. – Дата доступа: 01.07.2023.
  14. Выручка, поступившая от размещения в гостиницах и аналогичных средствах размещения [Электронный ресурс] // Национальный статистический комитет Республики Беларусь. – Режим доступа: <http://dataportal.belstat.gov.by/Indicators/Preview?key=205612>. – Дата доступа: 03.07.2023.
  15. Мировой индекс счастья [Электронный ресурс] // Country Economy. – Режим доступа: <https://countryeconomy.com/demography/world-happiness-index/belarus>. – Дата доступа: 03.07.2023.
  16. Глобальный индекс мира [Электронный ресурс] // Vision of Humanity. – Режим доступа: <https://www.visionofhumanity.org/maps>. – Дата доступа: 04.07.2023.
  17. Индексы Джини, риска бедности [Электронный ресурс] // Country Economy. – Режим доступа: <https://countryeconomy.com/demography>. – Дата доступа: 04.07.2023.
  18. Туризм и туристические ресурсы в Республике Беларусь : стат. сборник, 2023 [Электронный ресурс] // Национальный статистический комитет Республики Беларусь. – Режим доступа: <https://www.belstat.gov.by/upload/iblock/09f/tmi5o710ihutndelabmir8b4lgmd39n.pdf>. – Дата доступа: 25.06.2023.
  19. Государственный долг Беларуси [Электронный ресурс] // Country Economy. – Режим доступа: <https://countryeconomy.com/national-debt/belarus>. – Дата доступа: 25.06.2023.

## **БЕЛОРУССКО-КИТАЙСКОЕ ВЗАИМОДЕЙСТВИЕ В СФЕРЕ ТУРИЗМА**

**М. П. Портной**

Учреждение «Республиканский центр олимпийской подготовки конного спорта и коневодства»,  
ул. Корицкого, 136, 223035, аг. Ратомка, Минский район, Беларусь,  
rcop\_horses@byratomka.by

**Аннотация.** В статье рассматривается необходимая нормативно-правовая база для осуществления взаимодействия в сфере туризма: международные основания для взаимодействия и ключевые моменты для организации групповых туров. Акцентируется внимание на проведении маркетинговых мероприятий с целью увеличения туристических потоков, а также на проблемных вопросах.

**Ключевые слова:** двусторонние отношения, Республика Беларусь, Китайская Народная Республика, белорусско-китайское взаимодействие, туризм, групповые туристы, туристические агентства, туристические операторы.

**Образец цитирования:** Портной, М. П. Белорусско-китайское взаимодействие в сфере туризма / М. П. Портной // Перспективы развития туризма в современных условиях: мировые тенденции и региональные контексты : материалы III Междунар. науч.-практ. конф., Минск, 28 сент. 2023 г. / Национальное агентство по туризму ; редкол.: И. Н. Воронович (предс.) [и др.]. – Минск, 2023. – С. 386–394.

## **BELARUSIAN-CHINESE COOPERATION IN THE TOURISM SECTOR**

**M. Portnoy**

Institution «Republican Center  
Olympic Training Center of Equestrian Sport and Horse Breeding»,  
Koritskogo Street, 136, 223035, Ratomka ag., Minsk district,  
Republic of Belarus, rcop\_horses@byratomka.by

**Annotation.** The article deals with the necessary legal framework for interaction in the sphere of tourism: international grounds for interaction and key points for the organization of group tours. It also focuses on marketing activities to increase tourist flows, including problematic issues.

**Keywords:** bilateral relations, Republic of Belarus, People's Republic of China, belarus-china interaction, tourism, group tourists, travel agencies, travel operators.

**For citation:** Portnoy, M. / Belarusian-chinese cooperation in the tourism sector / M. Portnoy // Prospects for the development of tourism in modern conditions: global trends and regional contexts : materials of the III Int. sci.-pract. conf., Minsk, 28 Sept. 2023 / National Agency for Tourism ; ed.: I. Voronovich (chair.) [et al.]. – Minsk, 2023. – P. 386–394.

Двусторонние отношения Республики Беларусь и Китайской Народной Республики осуществляются с 1992 г. согласно Соглашению об установлении дипломатических отношений (20.01.1992) [1]. В этом же году было открыто Посольство КНР в Минске, а в Пекине Посольство Беларуси открылось в 1993 г.

Взаимодействие осуществляется на уровне глав государств, нацелено на постоянное укрепление и углубление традиционной дружбы, усиление взаимной поддержки и расширение взаимовыгодного сотрудничества. Так, белорусско-китайские отношения строятся на основе разнообразных межгосударственных, межправительственных и межведомственных документов по разным направлениям.

Ряд соглашений, деклараций, договоров, меморандумов подписаны по политическому, торгово-экономическому, банковскому и кредитно-финансовому, научно-техническому, гуманитарному, административно-правовому сотрудничеству и сотрудничеству в области обеспечения безопасности, оказания правовой помощи по гражданским и уголовным делам, защиты прав интеллектуальной собственности, безвизовых поездок и др.

В сфере туризма также создана договорно-правовая основа: действует Соглашение между Правительством Республики Беларусь и Правительством КНР о сотрудничестве в области туризма от 5 декабря 2005 г. (вступило в силу 21 февраля 2008 г.). В Соглашении отмечается, что «туризм является быстро развивающимся сектором экономики, а также создает условия для увеличения числа рабочих мест во всем мире, способствует росту уровня благосостояния населения»

[1, с. 216]. Внимание акцентируется на развитии сотрудничества в области туризма, взаимной работе между туристическими агентствами и операторами, подготовке туристических кадров, инвестировании в туристическую отрасль и др.

Особого внимания заслуживает Соглашение между Правительством Республики Беларусь и Правительством Китайской Народной Республики о взаимных безвизовых групповых туристических поездках от 11.01.1993 (вступило в силу с 1 марта 1993 г.). Основным смыслом соглашения заключается в том, что «туристические группы, организованные туристическими организациями, назначенными каждой из Договаривающихся Сторон, могут в групповом порядке пересекать границу Договаривающейся Стороны без виз через пограничные пункты, открытые для Международного пассажирского сообщения, или через пограничные пункты, определенные обеими Договаривающимися Сторонами» [1, с. 292].

В связи с изменениями современной ситуации было принято решение внести изменения о взаимных безвизовых групповых туристических поездках и 14 ноября 2015 г. был подписан Протокол к Соглашению между Правительством Республики Беларусь и Правительством Китайской Народной Республики о взаимных безвизовых групповых туристических поездках. Были внесены изменения в статьи 1, 2, 4, а статьи 6 и 7 исключены. Статьи 8 и 9 Соглашения стали соответственно статьями 6 и 7 Соглашения. Были даны уточнения, например, группой считаются «туристы в составе пяти и более человек, организованные туристическими компаниями» [1, с. 343].

Китайцы могут находиться в Беларуси без визы до 30 дней в течение одного визита, но не более 90 дней в году. У белорусских туристов такие же условия нахождения в Китае. Безвизовый режим включает в себя туристические путешествия, бизнес-командировки, частные поездки, а учебная и профессиональная деятельность подразумевает получение специальной визы.

Китайским туристам было предложено более 90 маршрутов по Республике Беларусь. Наибольшим интересом пользовались экскурсионно-познавательные, военно-исторические, экологические туры, отдых в национальных парках, заповедниках и на сельских усадьбах.

С учетом геополитического и географического положения Республики Беларусь, дружественных связей глав наших государств, развития торгово-экономического сотрудничества наших стран, Республика

Беларусь заявляет о себе как об активном участнике проекта развития «Экономического пояса Шелкового пути». В 2014 г. во время фестиваля «Путешествие в Дуньхуань – Великий Шелковый путь» было подписано соглашение о создании нового туристического маршрута «Великий Шелковый путь», который должен пройти в том числе через Беларусь. В 2016 г. Беларусь приняла участие в мероприятиях фестиваля «Путешествие в Дуньхуань – Великий Шелковый путь». Также в 2016 г. создана совместная туристическая компания ООО «БЕЛАКИТ» (учредители – УО «Белорусский государственный университет физической культуры» и Сычуаньская компания ООО «ЦЗЭЦЗЯ»).

В 2018 г. в рамках Года туризма Беларуси и Китая «состоялось более 50 организационных и маркетинговых мероприятий, а также мероприятий по развитию туристической инфраструктуры Беларуси, в том числе по программе “Чайна френдли” и подготовке кадров. Всеми регионами подписаны соглашения о сотрудничестве с партнерскими провинциями Китая. Соглашения о сотрудничестве заключены также между крупнейшими туристическими компаниями Беларуси и Китая.

С 10 августа 2018 г. действует безвизовый режим между Беларусью и Китаем для владельцев обычных паспортов.

В мае 2019 г. по заказу крупнейшей китайской туристической корпорации CTS белорусским предприятием РУП «ЦЕНТРКУРОРТ» организована корпоративная конференция для китайской компании здорового питания WANMEI с участием 2300 человек.

По итогам 2019 г. Китай вошел в пятерку стран, граждане которых наиболее часто посещали нашу страну (5-е место) (33 723 человека)» [3]. По данным Госпогранкомитета Республики Беларусь количество туристов из Китая в течение 4 лет выросло более чем в два раза.

В период пандемии неоднократно проводились встречи с представителями туристической сферы в онлайн-формате, поднимались вопросы действующих в туризме ограничений и мер в двух странах в связи с коронавирусной инфекцией.

14 апреля 2022 г. Министерством спорта и туризма организовано рабочее совещание по реализации Директивы Президента Республики Беларусь от 3 декабря 2021 г. № 9 «О развитии двусторонних отношений Республики Беларусь с Китайской Народной Республикой». В совещании приняли участие Чрезвычайный и Полномочный Посол Республики Беларусь в Китайской Народной Республике

Ю. А. Сенько, представители Министерства здравоохранения, Министерства культуры, Министерства образования, Министерства экономики, Министерства финансов, Управления делами Президента Республики Беларусь, облисполкомов, Мингорисполкома.

Обсуждены направления активизации работы по продвижению туристических возможностей Республики Беларусь в КНР. По итогам совещания РУП «ЦЕНТРКУРОРТ» направлены в Посольство Беларуси в КНР для препровождения китайской стороне туристические пакеты для китайских туристов стандартного и премиального уровней, в которые входили проживание, экскурсионное обслуживание, оздоровление в санаторно-курортных организациях и др., а также обобщенная информация о емкости номерного фонда в санаторно-курортных организациях Республики Беларусь. А также акценты расставлены на продвижение «совместно с китайскими партнерами оздоровительного туризма в Беларуси, реконструкцию, в том числе за счет китайских кредитов, (не менее 15) усадеб (дворцово-парковых ансамблей) на территории Беларуси с целевым направлением – медицинский, экологический и историко-культурный туризм» [3].

15 июля 2022 г. Посольством Беларуси в КНР организован онлайн-семинар для представителей туристической сферы Республики Беларусь по работе в китайских социальных сетях.

Национальным агентством по туризму в Посольство направлены видеоролики о туристическом потенциале регионов Беларуси для демонстрации в китайской социальной сети WeChat и макеты рекламных информационных материалов в электронном виде для дальнейшего использования при проведении презентационных мероприятий. В октябре 2022 г. Министерством спорта и туризма в адрес Посольства Беларуси в Китае направлен список белорусских туроператоров, заинтересованных в активизации сотрудничества с КНР в сфере туризма, который препровожден китайской стороной. В ноябре 2022 г. Минспортом по дипломатическим каналам организована доставка в КНР большого количества (около 100 кг) рекламных информационных материалов на китайском языке.

13 ноября 2022 г. в онлайн-формате при содействии Посольства Беларуси в КНР состоялся Белорусско-Китайский инвестиционный форум по развитию туризма. Основными задачами мероприятия являлись презентация туристического потенциала Республики Беларусь, привлечение китайских инвестиций в культурно-туристический сек-

тор и определение новых направлений сотрудничества в туристической сфере, в том числе развитие медицинского, оздоровительного, экологического, событийного и делового туризма.

В рамках форума представители туристического сектора Беларуси представили китайским партнерам наиболее актуальные и перспективные инвестиционные проекты в сфере туризма, в том числе по реконструкции историко-культурных ценностей для дальнейшего использования в экономической деятельности.

7 июля 2023 г. представители Департамента по туризму Минспорта, областных исполнительных комитетов, Минского городского исполнительного комитета, субъектов туристической индустрии приняли участие в семинаре-презентации «Программа повышения квалификации для представителей сферы туризма и гостеприимства Республики Беларусь», который проведен при поддержке Посольства Республики Беларусь в КНР. В ходе семинара презентована программа повышения квалификации для специалистов сферы туризма и гостеприимства Республики Беларусь в КНР.

В марте 2023 г. в рамках официального визита Президента Республики Беларусь А. Г. Лукашенко в КНР подписано Соглашение о сотрудничестве в сфере туризма между Министерством спорта и туризма Республики Беларусь и Министерством культуры и туризма Китайской Народной Республики.

Исполнение Соглашения предполагает проведение ряда маркетинговых мероприятий по привлечению китайских туристов в Республику Беларусь, после периода пандемии: ознакомительный тур для туроператоров и представителей средств массовой информации Китая (октябрь 2023 г.) с целью демонстрации наиболее востребованных видов туризма у представителей КНР – экологический, агроэкотуризм, военно-патриотический, культурно-познавательный и др.; презентация туристического потенциала Беларуси в рамках международной туристической выставки «СОТТМ» в г. Пекин, Китай и др.

В целях увеличения количества прибытий китайских туристов в Республику Беларусь в течение первого полугодия 2023 г. Минспортом совместно с Посольством Республики Беларусь в Китайской Народной Республике организована работа по включению Беларуси в список стран, рекомендованных для посещения организованными группами китайских туристов.

В июле 2023 г. в г. Пекине в рамках заседания Белорусско-Китайского межправительственного комитета по сотрудничеству подписан Меморандум о взаимопонимании между Министерством спорта и туризма Республики Беларусь и Министерством культуры и туризма Китайской Народной Республики о стимулировании групповых поездок китайских туристов в Республику Беларусь.

И уже 10 августа 2023 г. Министерство культуры и туризма КНР объявило о возобновлении групповых поездок китайских туристов в 70 стран мира, в том числе и в Беларусь: «в рамках исполнения решений ЦК КПК и Государственного совета КНР по обеспечению экономического роста и социального развития будут возобновлены продажи групповых туров китайских граждан в 70 стран мира. В 2020 г. такие поездки были приостановлены из-за пандемии COVID-19» [2]. Поскольку подобные меры способствуют развитию туристической отрасли Китая и экономики страны в целом, например, «до пандемии китайские туристы за рубежом тратили больше всех в мире – 255 млрд дол. США за один 2019 г. 60 % всего выездного китайского туризма составляют именно организованные групповые поездки» [2].

Начало действия указанного документа предполагает выполнение ряда двусторонних процедур, в частности определение туристических компаний Беларуси и Китая, уполномоченных на работу с группами китайских туристов, обмен списками указанных компаний и др. С этой целью Министерством спорта и туризма разработаны критерии для включения белорусских компаний в указанный список.

Вместе с тем для проведения эффективной работы по привлечению китайских туристов в Республику Беларусь необходима консолидированная работа всех заинтересованных.

Проведение в 2018 г. Года туризма Беларуси в Китае, а также дальнейший опыт работы с китайским рынком туристических услуг позволили выявить проблемные вопросы, требующие решения при участии республиканских органов государственного управления, областных исполнительных комитетов, Минского городского исполнительного комитета.

Китайские граждане предъявляют, как правило, высокие требования к средствам размещения, в том числе к наличию в отеле формата China Friendly. Последний подразумевает наличие китайскоязычной версии сайтов, сотрудников службы приема, владеющих китайским языком, бесплатного Wi-Fi, китайского телевизионного



международного канала, саун и бассейнов, буклетов гостиниц на китайском языке и др.

Требованиям указанного формата соответствуют отели в Минске: «Пекин», «Минск», «Краун Плаза Минск». Созданы условия для приема китайских туристов в гостиницах «Виктория-1», «Виктория-СПА», «Виктория-Олимп», «На Замковой», КУП «Бизнес-центр «Столица», «Беларусь», ОАО «Минотель», «Европа», «Президент-отель». Внедрены элементы указанного формата в регионах: ДКУП «Туристско-гостиничный комплекс «Лучёса» и гостиница «Двина» ОАО «Гостиничный комплекс «Славянский» в г. Полоцке (Витебская область); ООО «Табак-инвест» «Робинсон-клуб», в агротуристическом комплексе «Наносы-новоселье», в экоотеле «Цветки Яблыни» (Минская область) и др. Однако для приема больших групп туристов из КНР этого явно недостаточно.

Одним из важных аспектов в организации приема китайских туристов является питание, поскольку туристы зачастую отказываются принимать блюда местной кухни.

Немаловажную роль составляет транспортная составляющая, наличие комфортабельных автобусов, а также увеличение полетных программ. Поскольку в настоящее время между Беларусью и Китаем действует один прямой рейс Air China (с 2015 г.), однако его цена достаточно высока, что делает авиаперелеты этим рейсом малоконкурентными. Открытие более бюджетных авиарейсов способствует активизации туристических потоков между нашими странами.

Необходим и перевод на китайский язык названий туристических комплексов, улиц и основных достопримечательностей. Так, в Национальном аэропорту Минск осуществлен перевод систем визуального ориентирования, информационных табло, мониторов и объявлений, сайт аэропорта дополнен версией на китайском языке. На авто- и железнодорожных вокзалах областных центров Беларуси размещены элементы навигации на китайском языке, продолжается работа по переводу отдельных знаков на вокзалах районных городов.

Аудиогиды на китайском языке внедрены на постоянных экспозициях крупнейших музеев Беларуси. В настоящее время в Беларуси аттестован 21 гид-переводчик китайского языка.

Необходимо и расширение объектов программно-технической инфраструктуры, в которых возможно осуществление операций при

использовании банковских платежных карточек международной китайской платежной системы.

По информации Посольства Республики Беларусь в Китайской Народной Республике одним из наиболее эффективных механизмов по продвижению туристического потенциала в КНР является работа в китайских социальных сетях.

По информации туристических операторов Беларусь вызывает интерес у китайских туристов как составляющая комбинированных туров. Нарращивание туристического потока по этому направлению возможно за счет включения Беларуси в маршруты в Москву, Санкт-Петербург и др.

Реализация вышеуказанных актуальных составляющих способствует увеличению туристического потока в Республику Беларусь из Китая и, как следствие, наращиванию экспорта туруслуг с КНР.

**Итоги внешней торговли туристическими услугами с КНР (тыс. дол. США)**

Год	Экспорт	Импорт	Сальдо
2017	4 945,9	806,1	4 139,8
2018	5 887,1	965,3	4 921,8
2019	9 198,3	1 600,7	7 597,6
2020	1 723,0	172,3	1 550,7
2021	1 845,6	433,9	1 411,7
2022	2 362,5 (128,0 %)	352,8 (81,3 %)	2 009,7
январь–июнь 2022	915,4	192,9	722,5
январь–июнь 2023	2 090,4 (228,4 %)	931,8 (в 4,8 раза)	1 158,6

**Список литературы**

1. Белорусско-китайские отношения в межгосударственных, межправительственных и межведомственных документах (1992–2019 гг.) / сост.: А. В. Воловик, А. Ю. Грабко, Ю. С. Вергейчик. – Минск : Изд. центр БГУ, 2019. – 363 с.
2. Китай запускает туристов в мир [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.kommersant.ru/doc/6149617>. – Дата доступа: 10.08.2023.
3. Сотрудничество в сфере туризма [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://china.mfa.gov.by/ru/bilateral/humanitarian/tourism/#:~:text=>. – Дата доступа: 01.08.2023.

## РЕГИОНАЛЬНЫЕ ОСОБЕННОСТИ MICE-ИНДУСТРИИ АРГЕНТИНСКОЙ РЕСПУБЛИКИ

Ю. И. Синявская<sup>1</sup>, В. М. Дедок<sup>2</sup>

Белорусский государственный университет,  
ул. Ленинградская, 20, 220030, г. Минск, Беларусь,  
<sup>1</sup>y.siniavskaya@gmail.com, <sup>2</sup>dedokvm@bsu.by

**Аннотация.** В статье рассматриваются региональные особенности MICE-индустрии Аргентинской Республики. По данным Statista, в 2019 г. Аргентина вошла в тройку ведущих стран по уровню развития MICE-индустрии в странах Латинской Америки и, по данным отчета Всемирного экономического форума, в части индекса TTCI в 2019 г. – в топ-50 стран мира, демонстрирующих наиболее высокий уровень привлекательности и конкурентоспособности сферы туризма и путешествий на международном уровне.

**Ключевые слова:** Аргентинская Республика, MICE-индустрия, региональное развитие, организация мероприятий.

**Образец цитирования:** Синявская, Ю. И. Региональные особенности MICE-индустрии Аргентинской Республики / Ю. И. Синявская, В. М. Дедок // Перспективы развития туризма в современных условиях: мировые тенденции и региональные контексты : материалы III Междунар. науч.-практ. конф., Минск, 28 сент. 2023 г. / Национальное агентство по туризму ; редкол.: И. Н. Воронович (предс.) [и др.]. – Минск, 2023. – С. 395–404.

# REGIONAL FEATURES OF THE MICE INDUSTRY OF THE REPUBLIC OF ARGENTINA

Y. Siniauskaya<sup>1</sup>, V. Dedok<sup>2</sup>

Belarusian State University,  
Leningradskaya Street, 20, 220030, Minsk, Belarus,  
<sup>1</sup>y.siniavskaya@gmail.com, <sup>2</sup>dedokvm@bsu.by

**Annotation.** The article discloses regional features of the MICE industry of the Argentine Republic. According to the Statista, in 2019 Argentina was in the top three countries in terms of development of the MICE industry in Latin America. Meanwhile, according to the report of the World Economic Forum in terms of the TTCI index in 2019, Argentina was in the world top 50 countries having the highest level of attractiveness and competitiveness of the tourism and travel industry at the international level.

**Keywords:** Argentine Republic, MICE industry, regional development, event organization.

**For citation:** Siniauskaya, Y. Regional features of the MICE industry of the Argentine Republic / Y. Siniauskaya, V. Dedok // Prospects for the development of tourism in modern conditions: global trends and regional contexts : materials of the III Int. sci.-pract. conf., Minsk, 28 Sept. 2023 / National Agency for Tourism ; ed.: I. Voronovich (chair.) [et al.]. – Minsk, 2023. – P. 395–404.

Регион Латинской Америки<sup>1</sup> обладает значительным потенциалом для развития MICE-индустрии как на национальном, так и на международном уровне ввиду наличия ряда факторов, а также имеющейся инфраструктуры и туристических достопримечательностей. Некоторые страны региона (Аргентина, Бразилия) и некоторые города (Буэнос-Айрес, Рио-де-Жанейро), согласно данным международных

---

<sup>1</sup> В регион Латинской Америки входят следующие страны и субрегионы: Мексика, Центральная Америка (Гватемала, Сальвадор, Гондурас, Никарагуа, Коста-Рика, Панама, Белиз), Карибский бассейн и Южная Америка (Бразилия, Перу, Эквадор, Венесуэла, Аргентина, Чили, Уругвай, Парагвай, Боливия, Колумбия). Также данный регион включает зависимые территории: Пуэрто-Рико, Гваделупа, Мартиника, Сен-Бартельми, Сен-Мартен, Французская Гвиана.

рейтингов<sup>2</sup> МІСЕ-индустрии, являются эталонными в регионе трех Америк в проведении деловых мероприятий национального, международного и мирового уровня.

Аргентина – страна, занимающая юг и юго-восток континента, вторая по величине (2 780 400 км<sup>2</sup>) страна в Латинской Америке после Бразилии и восьмая в мире [1]. На юге и западе она граничит с Чили, на севере – с Боливией и Парагваем, на северо-востоке и востоке – с Бразилией и Уругваем. Юго-восточную часть страны омывает Атлантический океан [2]. Разнообразие природных условий – одна из главных особенностей Аргентины. Пустыня, степь, саванна, смешанный лес, горная система Анды представлены на территории этой латиноамериканской страны.

По мнению Национального института продвижения турпродукта (исп. El Instituto Nacional de Promoción Turística (INPROTUR)), Аргентина является ведущей страной в Латинской Америке по качеству и разнообразию туристических предложений и существующей инфраструктуры для делового туризма. Профессионализм местных организаторов, инфраструктура, красота и разнообразие ландшафтов сделали эту страну лидером МІСЕ-индустрии в Латинской Америке на международном уровне, и ее значимая роль продолжает расти [3, с. 463].

К 2005 г., принимая во внимание терминологический разброс, существовавший в то время в Аргентине в отношении термина «МІСЕ-индустрия», которую также принято было называть «деловой туризм» (исп. turismo de negocios), Аргентинская ассоциация организаторов выставок и конгрессов (исп. Asociación Argentina de Organizadores y Proveedores de Exposiciones, Congresos, Eventos y de Burós de Convenciones (АОСА)) начала позиционировать название «туризм деловых встреч» (исп. turismo de reuniones), которое в итоге стало преобладающим в стране [4].

АОСА выступила инициатором развития МІСЕ-индустрии региона: в 2007 г. ассоциация связалась с национальными государственными органами туризма Аргентины, чтобы совместно принять необходимые решения для продвижения страны на мировом и региональном уровнях. Так, АОСА начала работать с INPROTUR, органом, определяющим отношения между государственным и частным секторами,

---

<sup>2</sup> ICCA Statistics Report. Country and City Rankings 2019.

отвечающим за продвижение международного туризма в Аргентине, его задача заключалась в том, чтобы позиционировать Аргентину как международное туристическое направление на рынки туристических услуг [3, с. 463–464].

В 2008 г. был принят Стратегический план продвижения конгресс-туризма (2008–2011), основная цель которого заключалась в том, чтобы позиционировать Аргентину как одно из 15 лучших направлений в мире в международном рейтинге дестинаций для проведения конгрессов, конференций, ярмарок и других международных мероприятий. Данный Стратегический план был инструментом управления, который одновременно позволил усовершенствовать все, что было связано с этим сегментом в последние годы: места проведения мероприятий, работу официальных органов управления в сфере туризма, конгресс-бюро, и реализовать деловые мероприятия с целью привлечения и обмена опытом профессионалов из всех провинций страны [3, с. 464].

Еще одна цель данного плана – сделать Аргентину лидирующей страной в Латинской Америке благодаря качеству и разнообразию ее туристических предложений и существующей инфраструктуры для МICE-туризма, именно поэтому были предприняты новаторские меры по привлечению и продвижению Аргентины как дестинации [3, с. 464].

Исходя из этого направления планирования была сформирована так называемая Рабочая группа (исп. *Equipo País*), которая состояла из представителей государственного и частного секторов туризма Аргентины и координировалась совместной работой Министерства туризма страны, Национального института продвижения турпродукта Аргентины и Аргентинской ассоциации организаторов выставок и конгрессов [3, с. 464].

В настоящее время начал свою работу «План федерального развития – Деловой туризм – 2020», основная цель которого – позиционировать Аргентину как лучшее место для проведения мероприятий в Латинской Америке. Данный план был разработан на основе четырех стратегических направлений с 28 заранее определенными целями и 27 запланированными пунктами для выполнения [3, с. 464].

Благодаря вышеперечисленным инициативам правительства Аргентины страна с 2008 г. ведет активную работу в продвижении региона на международной арене. Аргентина была выбрана местом для

проведения различных международных мероприятий в период с 2017 по 2019 г., среди прочего таких как: 21-й Международный конгресс по вопросам питания; IV Всемирная конференция против детского труда 2017 г.; 11-я министерская конференция Всемирной торговой организации, 7-й Всемирный конгресс по ресурсосберегающему сельскому хозяйству, XII Международный конгресс дерматологов, ралли «Дакар», чемпионат мира по мотогонкам на мотоциклах, 18-й Международный конгресс по инфекционным заболеваниям, съезд Всемирного совета по туризму и путешествиям (World Travel & Tourism Council, WTTC), Юношеские Олимпийские игры 2018 г., саммит лидеров стран «Большой двадцатки», встреча глав государств МЕРКОСУР (Mercosur, Mercado Común del Sur) и VIII Международный конгресс испанского языка, т. е. тех мероприятий, которые позволяют передавать знания и опыт и позиционировать страну в академическом, корпоративном, спортивном и государственном отношении посредством гармоничного и плодотворного развития сегмента делового туризма [3, с. 466].

Также стоит отметить проведение в Аргентине таких мероприятий, как Всемирный саммит по изменению климата, 21-й Всемирный конгресс дерматологов, XVI Всемирный конгресс кардиологов, которые прошли с большим размахом и на высоком уровне, являются лучшим доказательством потенциала Аргентины и указывают на прекрасные возможности страны принимать другие подобные мероприятия [3, с. 466–467]. Страна является членом-поставщиком Международной Ассоциации IAPCO и Международной ассоциации ИССА.

Отдельно стоит остановиться на конгресс-бюро Аргентины, которых на сегодняшний день более 30 (Буэнос-Айрес, Кордова, Мендоса, Росарио, Санта-Фе, Сальта, Мар-дель-Плата, Пилар, Барилоче, Тигре и другие города) [3, с. 467].

Конгресс-бюро являются маркетинговым инструментом по продвижению страны на международном рынке МІСЕ-индустрии. Основным направлением конгресс-бюро является привлечение значимых международных МІСЕ-мероприятий для увеличения потока зарубежных бизнес-туристов.

Количество конгресс-бюро Аргентины заметно увеличилось с 2008 г., момента основания первого в стране конгресс-бюро в Буэнос-Айресе. Благодаря продемонстрированному увеличению числа проводимых международных МІСЕ-мероприятий, аргентинские направления начали позиционировать себя на карте мира, успешно

конкурируя с высокоразвитыми и далеко идущими европейскими, американскими и азиатскими направлениями.

На официальном сайте АОСА<sup>3</sup> представлена актуальная информация по основным участникам МІСЕ-индустрии Аргентинской Республики, партнеров ассоциации: среди профессиональных организаторов выставок РЕО представлены 11 компаний, компаний – организаторов корпоративных мероприятий СЕС – 30, профессиональных организаторов конференций РСО – 30, общее количество поставщиков – 73. Среди основных организаций по маркетингу дестинаций ДМО следует назвать Управление по туризму города Буэнос-Айреса (исп. Ente de Turismo de la Ciudad de Buenos Aires (ENTUR)). Его основной целью является разработка и реализация политики и программ по развитию и продвижению МІСЕ-туризма как стратегической экономической деятельности города.

Изучив статистический отчет ІССА 2019 г., авторы выделяют следующие города – лидеры Аргентины в проведении МІСЕ-мероприятий в регионе Северной и Латинской Америк: Буэнос-Айрес (127 мероприятий), Кордоба (13 мероприятий), Мендоса (13 мероприятий), Росарио (11 мероприятий), Ла-Плата (8 мероприятий), Сальта (7 мероприятий), Санта-Фе (6 мероприятий), Барилоче (5 мероприятий). Всего в стране было проведено 214 МІСЕ-мероприятий, благодаря чему Аргентинская Республика расположилась на 18-й позиции мирового рейтинга. По общему количеству участников (81 748 человек) страна расположилась на 17-й мировой позиции, обогнав такие страны, как Мексика, Таиланд, Индия, Сингапур. В мировом рейтинге городов по общему количеству участников Буэнос-Айрес (53 тыс. человек) находится на 14-й позиции, обогнав такие города, как Сеул, Пекин, Сидней.

Таким образом, отдельного внимания в работе, по мнению авторов, заслуживает столица Аргентинской Республики, Буэнос-Айрес, являющаяся лидером среди городов по общему количеству проведенных МІСЕ-мероприятий в регионе (статистические отчеты ІССА за 2015, 2017, 2019 гг.). Согласно обновленным источникам Управления по туризму Буэнос-Айреса, город насчитывает более 73 400 гостиничных мест в отелях от 3 до 5 звезд, которые используются в данном сегменте; ежегодно принимает более 10,7 млн туристов; располагает выставочной площадью более 150 000 м<sup>2</sup>; является штаб-квар-

---

<sup>3</sup> aoca.org.ar



тирой 2000 профессиональных ассоциаций, конференц-центром на 5300 участников. В нем сосредоточены около 7000 баров и ресторанов, 287 театров, 380 книжных магазинов, историко-архитектурные памятники. Буэнос-Айрес – главное место страны в проведении культурных и спортивных мероприятий, музыкальных и художественных международных шоу, а также столица танго [3, с. 465]. Город расположен в центрально-восточной части страны, на западном берегу реки Рио-де-ла-Плата, в зоне степной пампы<sup>4</sup> [5], население, по данным Национального географического института (исп. IGN), по состоянию на 2022 г. составляет 2 890 151 человек [6].

В 2015 г. правительство города Буэнос-Айрес выпустило MICE Tourism Guide города, согласно которому, имея 2 международных аэропорта, город еженедельно принимает 900 внутренних и более 750 международных рейсов [7] и в 2013 г. стал самым посещаемым направлением Латинской Америки, по мнению TripAdvisor<sup>5</sup>.

Город готов к проведению любых MICE-мероприятий, являясь колыбелью танго и культурной столицей Латинской Америки, так как здесь сосредоточено более 51 музея, 36 центров культуры, 300 театров [8], расположен один из лучших в мире Оперный театр Колон (исп. Teatro Colón), на каждые 100 000 жителей приходится 22,6 книжных магазина [8], что ставит город на третье место среди городов с наибольшим количеством книжных магазинов в мире, согласно The World Index 2020 [8].

Основными площадками вместимостью более 1000 участников для проведения MICE-мероприятий являются стадион «Луна Парк» (исп. Luna Park), один из самых важных культурных центров страны, где за последние 80 лет произошли некоторые из самых важных событий, в том числе религиозные, политические, художественные, спортивные и общественные мероприятия. Его инфраструктура позволяет проводить масштабные мероприятия с участием более 9000 человек [9]; Выставочный центр города Буэнос-Айреса (исп. Centro de Convenciones Buenos Aires), который был спроектирован с учетом концепции устойчивого развития, сводя к минимуму

---

<sup>4</sup> Степь на юго-востоке Южной Америки, преимущественно в субтропическом поясе, в районе устья Рио-Плата.

<sup>5</sup> Американский сайт путешествий. Дает своим пользователям возможность спланировать поездку в любую страну мира.

воздействие на окружающую среду. Конференц-залы полностью оборудованы по последнему слову техники, находятся на трех подземных уровнях, которые питаются от солнечной энергии, от панелей, расположенных снаружи здания [7].

Также авторы выделяют такие площадки, как «Ла Рураль предиио фериаль» (исп. La Rural predio ferial), один из крупнейших выставочных комплексов Латинской Америки, который разделен на 6 секторов: 2 выставочных зала с пристройками, 2 конференц-зала, главный зал и павильон, где расположен микростадион; отель «Хилтон Буэнос-Айрес» (исп. Hotel Hilton Buenos Aires) предлагает различные конференц-залы, бизнес-центр и помещения для проведения мероприятий, его конференц-зал вместимостью 2500 человек является самым большим в отелях города; конгресс-центр «Голден Центр Эвентос» (исп. Golden Center Eventos), выставочный комплекс «Пале Руж» (фр. Palais Rouge).

В дополнение к традиционным пространствам для проведения МICE-мероприятий Буэнос-Айрес предлагает несколько альтернативных пространств – культурные, образовательные и дизайнерские центры, подготовленные для проведения деловых встреч, конгрессов и конференций. Среди них можно выделить театры, художественные галереи, университеты, ботанические сады и другие места проведения.

Международные четырех- и пятизвездочные гостиничные сети работают в городе в стратегически важных местах для проведения МICE-мероприятий. Также город располагает широким выбором одно-, двух- и трехзвездочных отелей. На 2014 г. в городе было зарегистрировано более 36 000 койко-мест для бизнес-туристов [7].

Среди отелей, предназначенных для размещения бизнес-туристов, можно выделить Abasto Hotel<sup>6</sup>, Four Seasons Hotel<sup>7</sup>, Hotel Emperador<sup>8</sup>, InterContinental<sup>9</sup>, Plaza Hotel<sup>10</sup> и др.

---

<sup>6</sup>Первый пятизвездочный отель, вдохновленный танго. Отель расположен в историческом районе Абасто.

<sup>7</sup>Единственный отель в престижном районе Реколета, который располагает открытым бассейном в окружении садов.

<sup>8</sup>Отель в классическом стиле рядом с районом Реколета.

<sup>9</sup>Отель, построенный в 1930-е гг., предлагает в распоряжение бизнес-путешественников конференц-залы, бизнес-центр и комнаты для переговоров.

<sup>10</sup>Отель основан в 1909 г., является историческим памятником и первым небоскребом Буэнос-Айреса.

Важное значение в продвижении столицы Аргентины как туристической МІСЕ-дестинации имеют конгресс-бюро. Конгресс-бюро Буэнос-Айреса (англ. Buenos Aires Convention & Visitors Bureau (BAC&VB)) является некоммерческой организацией, созданной в 2008 г. частными компаниями МІСЕ-индустрии. Сегодня в список его членов входят профессиональные организаторы конгрессов, отели, места проведения мероприятий, маркетинговые компании, частные транспортные и логистические агентства, поставщики общественного питания, компании по переводу конференций, а также компании, занимающиеся развлечениями, постановками программ, освещением и звуком, и др. В партнерстве с Городским советом по туризму (англ. City Tourist Board) BAC&VB работает над тем, чтобы Буэнос-Айрес стал одним из главных центров проведения мероприятий и конференций в Латинской Америке, стремясь внести свой вклад в экономическое, социальное и культурное развитие города [7]. Бюро пользуется поддержкой правительства города и тесно сотрудничает с Управлением по туризму Буэнос-Айреса (англ. Buenos Aires Tourism Office), выступая в качестве связующего звена между интересами государственного и частного секторов [10].

На официальном сайте Конгресс-бюро Буэнос-Айреса<sup>11</sup> представлены его члены из всех секторов, связанных с сегментом МІСЕ-индустрии: среди них 9 PCOs, 13 DMCs, 13 поставщиков услуг, 16 мест для проведения МІСЕ-мероприятий.

Таким образом, Аргентинская Республика, являясь одним из лидеров региона в МІСЕ-индустрии и обладая значительным природно-ресурсным потенциалом, получает поддержку на государственном и частном уровнях для осуществления устойчивого развития сектора благодаря качеству и разнообразию туристических услуг. Инфраструктурные ресурсы Аргентины отличаются высоким уровнем развития. Министерство туризма Аргентины проводит планомерную работу по расширению предложения, развитию новых направлений, выходу на новые рынки. Впечатляющее количество ведущих игроков МІСЕ-индустрии страны указывает на развитие и продвижение МІСЕ-туризма как стратегической экономической деятельности Аргентинской Республики.

---

<sup>11</sup> buenosairesbureau.com

### Список литературы

1. Общая информация – Аргентина [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.321.by/tours/countries/arg/docs/417.html>. – Дата доступа: 10.07.2023.
2. Серебряная земля [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://mir.pravo.by/info/country/ar>. – Дата доступа: 10.07.2023.
3. Синявская, Ю. И. МІСЕ-індустрыя Аргенціны: тэндэнцыі развіцця / Ю. И. Синявская, В.М. Дедок // Беларусь в современном мире : материалы XX Междунар. науч. конф., посвящ. 100-летию образования Белорус. гос. ун-та, 29 окт. 2021 г. = Беларусь у сучасным свеце: матэрыялы XX Міжнар. навук. канф., прысвеч. 100-годдзю заснавання Беларус. дзярж. ун-та, Мінск, 29 кастр. 2021 г. / БГУ, ФМО ; редкол : Е. А. Достанко (пред.) [и др.]. – С. 463–468.
4. Por qué hacer eventos en Argentina [Recurso electrónico]. – Modalidad de acceso: <https://aoca.org.ar/#!/turismo-de-reuniones>. – Fecha de acceso: 11.07.2023.
5. Аргентина. Буэнос-Айрес. Buenos Aires // [Электронный ресурс]. – Режим доступа: [https://www.tourister.ru/world/americas/argentina/city/buenos\\_aires](https://www.tourister.ru/world/americas/argentina/city/buenos_aires). – Дата доступа: 11.07.2023.
6. Población [Recurso electrónico]. – Modalidad de acceso: <https://www.ign.gob.ar/NuestrasActividades/Geografia/DatosArgentina/Poblacion2>. – Fecha de acceso: 12.07.2023.
7. City of Buenos Aires Mice Tourism Guide / MICE Tourism Guide [Electronic resource]. – Mode of access: [https://issuu.com/enteturismoba/docs/mice\\_ingles](https://issuu.com/enteturismoba/docs/mice_ingles). – Date of access: 12.07.2023.
8. ¿Por qué Buenos Aires es la capital cultural de América Latina? [Recurso electrónico]. – Modalidad de acceso: <https://www.elespectador.com/contenido-patrocinado/por-que-buenos-aires-es-la-capital-cultural-de-america-latina>. – Fecha de acceso: 11.07.2023.
9. Luna Park [Recurso electrónico]. – Modalidad de acceso: [lunapark.com.ar](http://lunapark.com.ar). – Fecha de acceso: 11.07.2023.
10. The Bureau [Electronic resource]. – Mode of access: <http://www.buenosairesbureau.com/en/the-bureau>. – Date of access: 12.07.2023.

# СОВРЕМЕННЫЕ ТЕХНОЛОГИИ В ИНДУСТРИИ ТУРИЗМА И ГОСТЕПРИИМСТВА

УДК 338.486

## СОВРЕМЕННЫЕ ИНСТРУМЕНТЫ ПРОДВИЖЕНИЯ ТУРИЗМА В СЕТИ ИНТЕРНЕТ

**К. И. Воронович**

Институт бизнеса БГУ,  
ул. Обойная, 7, 220004, г. Минск, Беларусь,  
ksyu.voronovich.00@mail.ru

**Аннотация.** В статье рассматриваются современные инструменты продвижения туризма в сети Интернет; выявляются их особенности и преимущества. В качестве продвижения в туризме рассматриваются различные маркетинговые инструменты и виды рекламы, PR-мероприятия и др.

**Ключевые слова:** Интернет, сфера туризма, интернет-маркетинг, интернет-реклама, таргетированная реклама, продвижение, SEO-оптимизация, мобильная реклама, веб-сайт, социальные сети, контент-маркетинг.

**Образец цитирования:** Воронович, К. И. Современные инструменты продвижения туризма в сети Интернет / К. И. Воронович // Перспективы развития туризма в современных условиях: мировые тенденции и региональные контексты : материалы III Междунар. науч.-практ. конф., Минск, 28 сент. 2023 г. / Национальное агентство по туризму ; редкол.: И. Н. Воронович (предс.) [и др.]. – Минск, 2023. – С. 405–411.

## MODERN TOOLS FOR PROMOTING TOURISM ON THE INTERNET

**K. Voronovich**

Institute of Business of BSU,  
Oboynaya Street, 7, 220004, Minsk, Belarus,  
ksyu.voronovich.00@mail.ru

**Annotation.** The article discusses modern tools for promoting tourism on the Internet; their features and advantages are revealed. As a promotion in tourism we consider various marketing tools, advertisements, PR-events, etc.

**Keywords:** Internet, tourism, Internet marketing, Internet advertising, targeted advertising, promotion, SEO optimization, mobile advertising, website, social networks, content marketing.

**For citation:** Voronovich, K. Modern tools for promoting tourism on the Internet / K. Voronovich // Prospects for the development of tourism in modern conditions: global trends and regional contexts : materials of the III Int. sci.-pract. conf., Minsk, 28 Sept. 2023 / National Agency for Tourism ; ed.: I. Voronovich (chair.) [et al.]. – Minsk, 2023. – P. 405–411.

В настоящее время, в условиях кризиса, туризм нуждается в эффективном продвижении. Сущность продвижения туризма заключается в привлечении и стимулировании потенциальных туристов к посещению туристического места или региона. Продвижение туризма включает в себя различные маркетинговые и рекламные мероприятия, направленные на привлечение внимания и интереса к туристическому продукту (услуге) и создание положительного имиджа места.

Продвижение туризма в современном мире важно с точки зрения экономического развития, так как туризм является важной отраслью экономики многих стран (привлечение туристов способствует созданию новых рабочих мест, развитию малого и среднего бизнеса, туризм является источником дохода местного населения); сохранение культурного наследия (продвижение туризма способствует сохранению и защите культурных и исторических памятников, туристы зачастую посещают места с культурной и исторической ценностью, что стимулирует сохранение и восстановление таких объектов); повышения общественного сознания (путешествия могут помочь людям познать

различные культуры, традиции и обычаи других народов); развития инфраструктуры и услуг (приток туристов может служить стимулом для развития инфраструктуры – строительства гостиниц, ресторанов, транспортных средств и других объектов, это повышает качество предлагаемых туристам услуг).

Продвижение туризма включает в себя использование различных маркетинговых инструментов, рекламы, PR-мероприятий, создание и продвижение бренда, участие в туристических выставках и ярмарках, создание и поддержку туристических информационных ресурсов и многое другое.

В силу своей доступности и широкого охвата аудитории Интернет стал ключевым инструментом для привлечения туристов и продвижения туристического бизнеса. По оценкам зарубежных специалистов реклама в Интернете в ближайшем будущем может существенно потеснить все другие средства рекламы. Интернет предоставляет туристическому предприятию широкие возможности ориентировать свои рекламные обращения на различные целевые аудитории. Более того, одним из основных преимуществ Интернета является обратная связь от аудитории, которая позволяет изменять стратегию рекламной кампании во время ее проведения, что ведет к увеличению эффективности использования рекламного бюджета.

Ключевая особенность продвижения туризма заключается в использовании визуального представления (контента). Важно применять высококачественные фотографии и впечатляющие видеоролики, чтобы привлечь внимание потенциальных клиентов. Это вызывает большее доверие к предлагаемым услугам и подталкивает к выбору в пользу конкретного туристического направления.

В комплексе мер по продвижению сферы туризма важнейшее место занимает реклама в сети Интернет. Инструменты интернет-рекламы обеспечивают гибкость в выборе формата рекламы, размещения, таргетинга и стоимости. Кроме того, пользователями Интернета преимущественно являются люди, которые наиболее оперативно способны воспринимать информацию о новых продуктах и впоследствии могут оказать влияние на поведение других потребителей. Реклама туризма в Интернете имеет несколько особенностей, которые отличают ее от традиционных методов продвижения.

Во-первых, возможность геотаргетинга позволяет определить место проживания потенциальных клиентов и направить рекламу только

к нужной аудитории. Это способствует повышению эффективности рекламной кампании и сокращению рекламного бюджета.

Во-вторых, реклама в Интернете позволяет создать более впечатляющее и запоминающееся взаимодействие с потенциальными клиентами. С помощью различных онлайн-инструментов, таких как виртуальные туры, видеоролики или интерактивные карты. Применение новых технологий виртуальной реальности позволяет потенциальным туристам погрузиться в атмосферу конкретного места прямо из своего дома. Это, в свою очередь, создает эмоциональную связь и стимулирует принятие решения о поездке.

Также реклама в сети Интернет способствует формированию положительного имиджа туризма, показывает его общественную значимость, информирует клиентов о возможностях и преимуществах туризма в том или ином регионе. Будучи средством конкурентной борьбы, реклама способствует повышению качества туристического обслуживания [1, с.180].

Реклама в поисковых системах: создание рекламных кампаний в поисковых системах, таких как Google или Яндекс, необходима для того, чтобы ваш сайт или предложения появлялись в результате поиска пользователей по соответствующим ключевым словам. Это позволяет настраивать рекламу на конкретные целевые аудитории и увеличить видимость бренда.

Ведущими инструментами продвижения в сети Интернет на сегодняшний день являются сайт и поисковая оптимизация (SEO). Веб-сайт становится центром всей интернет-стратегии компании и предоставляет возможность клиентам получить всю необходимую информацию о предлагаемых услугах: туры, отели, авиабилеты и т. д. Кроме того, визуально привлекательный и функциональный сайт обеспечивает удобство использования и повышает вероятность привлечения клиентов.

Для того чтобы сайт туристической компании занимал лидирующие позиции в поисковых системах, следует проводить SEO-оптимизацию. Последняя представляет собой процесс работы над сайтом, его внутренними факторами, влияющими на ранжирование в поисковых системах – структурой, контентом, кодом HTML, его внешними факторами ранжирования – ссылками на сайт с целью увеличения релевантности ресурса определенным, заранее известным ключевым словам, увеличения популярности сайта для поисковых машин



и, соответственно, увеличения позиций в поисковых результатах для привлечения большего количества целевых посетителей на сайт [2, с. 20]. Важно использовать ключевые слова, связанные с туризмом, и создать контент, который будет интересен целевой аудитории. Также важно оптимизировать заголовки, метатеги, URL-адреса и другие элементы сайта для правильного формирования результатов поиска.

На сегодняшний день важно, чтобы сайты компаний, связанных со сферой туризма, включали в себя: функции онлайн-резервирования (бронирование туров, отелей и других туристических услуг); виртуальные туры и 360° видео для виртуального путешествия; окошки для отзывов и рекомендаций. Также важно, чтобы современный сайт был адаптирован для мобильных платформ. Все это обеспечивает удобство использования сайта, увеличит конверсию и клиентскую лояльность.

Важным инструментом продвижения в сети Интернет являются социальные сети: создание страниц и групп в популярных социальных сетях, таких как Facebook, Instagram, TikTok и Twitter, для привлечения потенциальных туристов. В социальных сетях можно показывать уникальные фотографии и видеоролики, делиться рассказами и искренними отзывами клиентов, организовывать конкурсы и предлагать специальные предложения для увеличения уровня вовлеченности. Также в социальных сетях можно настраивать таргетированную рекламу, соответствующую интересам и предпочтениям пользователей.

Таргетированная реклама – это текстовые, медийные или мультимедийные объявления, которые демонстрируются только тем пользователям интернет-сети, которые удовлетворяют определенному набору требований, заданному рекламодателем [3, с. 114].

Контент-маркетинг – создание и распространение качественного контента в виде блогов, статей, путеводителей, видеороликов и подкастов, которые информируют и вдохновляют пользователей на посещение различных туристических мест. Контент-маркетинг способствует распространению полезного и релевантного контента, который помогает решить проблемы целевой аудитории. Это способствует увеличению посещаемости и генерации лидов. Ценный контент привлекает больше посетителей на сайт компании. Контент-маркетинг также помогает в генерации лидов, поскольку пользователи, заинтересованные в контенте, готовы оставить свои контактные данные для получения дополнительной информации или демонстрации продукта [4].

Маркетинг влияния – сотрудничество с влиятельными блогерами и лидерами мнений, чтобы получить рекомендации и показать преимущества туристического предложения.

Маркетинг влияния предоставляет уникальную возможность привлечения и вовлечения целевой аудитории через сотрудничество с блогерами-путешественниками, блогерами с большой аудиторией (они могут значительно увеличить осведомленность о туристических предложениях).

Также вовлечение целевой аудитории может происходить через сотрудничество с известными туристическими агентствами, отелями, местами для отдыха, локальными влиятельными лицами или экспертами в сфере туризма.

Партнерские программы и реферальный маркетинг – предоставление вознаграждений партнерам, включая веб-сайты, блогеров или влиятельных лиц, которые приводят клиентов на ваш сайт или продвигают ваши туристические услуги. Это может помочь расширить вашу аудиторию и увеличить продажи.

Мобильный маркетинг. Большинство людей смотрят контент с мобильных устройств. Так, например, в Республике Беларусь процент людей, пользующихся смартфоном для выхода в сеть Интернет, составляет 95 % общего числа пользователей Интернета [5].

Мобильный маркетинг – создание мобильных приложений и оптимизация туристических сайтов для смартфонов и планшетов, чтобы привлечь мобильных пользователей. Приложения должны содержать информацию об актуальной цене, расписании транспорта, фотографиях местности и других интересных фактах.

Однако, чтобы достичь наилучших результатов при продвижении туризма в Интернете, необходимо учитывать особенности данной сферы. Например, туристические услуги являются абстрактными, часто сложными в восприятии, что требует от рекламной кампании особого подхода. Кроме того, высокая конкуренция в сфере туризма также требует отличной стратегии продвижения.

В целом современные методы продвижения туризма в сети Интернет играют ключевую роль в формировании представления о туристических предложениях. Продвижение путешествий в Интернете дает возможность достичь широкой аудитории и привлечь то количество клиентов, которое раньше было недостижимым. Это помогает развивать туристическую индустрию и создавать новые возможности для туристических компаний.

Интернет-маркетинг в туризме позволяет компаниям продвигать свое предложение, привлекать новых клиентов, улучшать обратную связь и повышать узнаваемость своего бренда. Этот инструмент становится все более важным, учитывая растущее число людей, ищущих и бронирующих туристические услуги онлайн.

Важно использовать интернет-рекламу, которая позволяет достигать аудитории, заинтересованной в туристических услугах. Размещение рекламы на туристических порталах, в социальных сетях, на партнерских сайтах и использование контекстной рекламы позволяют получить больше клиентов и увеличить продажи. Кроме того, важно настраивать рекламные кампании с использованием географической и поведенческой сегментации, чтобы привлечь целевую аудиторию.

Использование сайта и SEO-оптимизации являются необходимыми инструментами для привлечения большего количества клиентов и достижения успеха в сфере туризма. Продвижение туризма в Интернете требует постоянного мониторинга и анализа результатов, чтобы находить наиболее эффективные способы привлечения целевой аудитории и увеличения продаж.

#### **Список литературы**

1. Дурович, А. П. Реклама в туризме : учеб. пособие / А. П. Дурович. – 4-е изд., стер. – Минск : Новое знание, 2008. – 254 с.
2. Тероу, Ш. Видимость в Интернете: поисковая оптимизация сайтов / Ш. Тероу. – М. : Символ-плюс, 2018. – 270 с.
3. Прохорова, А. М. Основные понятия и инструменты интернет-маркетинга / А. М. Прохорова. – Ростов н/Д. : Наука и современность, 2016. – С. 114–115.
4. Шевченко, Д. А. Цифровой маркетинг: обзор каналов и инструментов [Электронный ресурс] / Д. А. Шевченко. – Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/tsifrovoy-marketing-obzor-kanalov-instrumentov/viewer>. – Дата доступа: 25.07.23.
5. Отчет «Digital 2022: July global statshot report» [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://datareportal.com/reports/digital-2022-july-global-statshot>. – Дата доступа: 23.07.23.

## **МЕЖДУНАРОДНЫЙ ОПЫТ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ ГЕЙМИФИКАЦИИ В ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЙ ИНДУСТРИИ ГОСТЕПРИИМСТВА**

**В. М. Дедок**

Белорусский государственный университет,  
пр. Независимости, 4, 220030,  
г. Минск, Беларусь, viktorija\_dedok@yahoo.com

**Аннотация.** В статье представлены результаты изучения международного опыта использования геймификации в деятельности предприятий индустрии гостеприимства; описаны теоретические аспекты применения геймификации; рассмотрена практика использования внешней и внутренней геймификации в деятельности предприятий индустрии гостеприимства на международном уровне.

**Ключевые слова:** геймификация, индустрия гостеприимства, гостиничный сектор, адвергейминг.

**Образец цитирования:** Дедок, В. М. Международный опыт использования геймификации в деятельности предприятий индустрии гостеприимства / В. М. Дедок // Перспективы развития туризма в современных условиях: мировые тенденции и региональные контексты: материалы III Междунар. науч.-практ. конф., Минск, 28 сент. 2023 г. / Национальное агентство по туризму; редкол.: И. Н. Воронович (предс.) [и др.]. – Минск, 2023. – С. 412–424.

## **INTERNATIONAL EXPERIENCE IN USING GAMIFICATION IN THE ACTIVITIES OF HOSPITALITY INDUSTRY ENTERPRISES**

**V. Dedok**

Belarusian State University,  
Independence Avenue, 4, 220030,  
Minsk, Belarus, viktorija\_dedok@yahoo.com

**Annotation.** The article presents the results of studying the international experience of using gamification in the activities of hospitality industry enterprises; theoretical aspects of the application of gamification are described; the practice of using external and internal gamification in the activities of hospitality industry enterprises at the international level is considered.

**Key words:** gamification, hospitality industry, hotel sector, advergamming.

**For citation:** Dedok, V. International experience of using gamification in the activities of hospitality industry enterprises / V. Dedok // Prospects for the development of tourism in modern conditions: global trends and regional contexts : materials of the III Int. sci.-pract. conf., Minsk, 28 Sept. 2023 / National Agency for Tourism ; ed.: I. Voronovich (chair.) [et al.]. – Minsk, 2023. – P. 412–424.

В условиях постоянно растущей конкуренции предприятия индустрии гостеприимства стремятся найти новое ресурсное обеспечение и усилить позицию на рынке путем внедрения инновационных трендов в области управления. Геймификация является одним из трендов, обуславливающим поиск нового ресурсного обеспечения компании и укрепления ее позиции на рынке, а также предполагает применение игровых методик в управлении внешними и внутренними процессами деятельности предприятия, направленных на повышение результативности взаимодействия с персоналом, клиентами и партнерами. Международный опыт по применению геймификации в деятельности предприятий индустрии гостеприимства может быть полезен для деятельности предприятий национальной индустрии гостеприимства в условиях высокой конкурентной борьбы, с одной стороны, за потребителей и повышение их количества и, с другой стороны, за квалифицированный персонал и возможность его профессионального роста и развития.

### **Теоретические аспекты применения геймификации в деятельности предприятий**

Зарождение самой методики геймификации началось еще в эпоху раннего капитализма, когда предпринимались первые попытки использования игровых элементов в деятельности предприятий. В СССР в 1932 г. была создана первая производственная игра «Пуск цеха»,

основанная на анализе причин, которые приводили к срывам сроков запуска цеха и выпуску некачественной продукции на реальных заводах. Сам термин «геймификация» был предложен в 2002 г. британским программистом и изобретателем Ником Пеллингом. Однако широкое распространение геймификация получила только в 2010 г., после того как ведущие издания назвали данное явление «новой популярной бизнес-концепцией».

Не существует единого мнения относительно трактовки понятия «геймификация». Если проанализировать отраженные в табл. 1 данные, можно сделать вывод, что все авторы под понятием «геймификация» подразумевают использование игровых методик в неигровых процессах.

**Таблица 1. Основные подходы к определению понятия «геймификация»**

<b>Автор</b>	<b>Определение понятия</b>
Вербах К.	Геймификация – это применение игровых элементов и технологий создания игр в неигровом контексте
Зикерман Г.	Геймификация – новейшая бизнес-концепция, в которой используются лучшие идеи, взятые от программ лояльности, игровых механик и поведенческой экономики
Ткачик П. П.	Геймификация – внедрение элементов удовольствия в ту деятельность, которая нам обычно его не доставляет
Валерина Л. П.	Геймификация – процесс мотивации и вовлечения персонала
Макарова С. А.	Геймификация – использование подходов, характерных для компьютерных игр, игрового мышления, в неигровом прикладном программном обеспечении для привлечения пользователей и повышения их вовлеченности в использование программы, интереса к решению прикладных задач
Евдаков К. В.	Геймификация – использование опыта создания игр в неигровом контексте с целью решения стоящих перед сотрудниками задач

Примечание. Источники: [1; 2, с. 89; 3, с. 116; 13, с. 123; 15].

При рассмотрении сущности геймификации исследователи едины в том, что она не является процессом создания игры, а выступает лишь переносом отдельных позитивных элементов и характеристик игры (цель, правила, обратная связь и свобода участия) в неигровую сферу. Однако отсутствует единство относительно выделяемых игровых элементов и механизмов, их важности в понимании сущности геймификации.

Наиболее часто встречающееся определение геймификации – частичное включение игровых элементов в создание

интерактивной системы взаимодействия без полноценной игры в качестве конечного продукта. В данном контексте термин используется для описания характеристик интерактивной системы, целью которой является мотивация и вовлечение конечных пользователей в какое-либо действие за счет применения игровых элементов и механизмов. Таким образом, в самом широком смысле геймификацию определяют как применение игровых элементов и механизмов в неигровом контексте.

В бизнес-контексте геймификация – это процесс интеграции игровых механик и инструментов в структуру веб-сайтов, онлайн-сообществ, маркетинговую кампанию для воздействия на целевую аудиторию, а также во внутреннюю бизнес-среду компании [13, с. 122]. Она является достаточно мощным инструментом как управления персоналом, мотивации трудовой деятельности, так и воздействия на потребителей, повышения лояльности. Геймификация, как и любой управленческий процесс, имеет определенные виды, составляющие классификацию. Следовательно, можно выделить два основных направления применения геймификации в компании: внутренняя и внешняя геймификация.

Геймификация внутренних процессов в компании способствует повышению вовлеченности сотрудников в определенные процессы посредством разработки прозрачной системы мотивации. Привлекательность внутренней геймификации как одному из эффективных инструментов управления персоналом для современных компаний придают ее специфические и наиболее существенные черты: геймификация в корпоративной среде – это мощный инструмент признания и обратной связи; геймификация может служить инструментом вовлечения сотрудников во взаимодействие, командную работу; геймификация предоставляет возможность гибкого поощрения сотрудников за игровые результаты [14, с. 92].

Геймификация внешних процессов компании способствует повышению лояльности аудитории к компании или конкретному продукту. Данное направление решает ключевые задачи организации: привлечение и удержание аудитории.

Менеджеры компании должны понимать, что геймификация – это не только бейджи, поинты и награды, они лишь являются важной составляющей игровой механики, сила геймификации заключается в вовлечении, эффективном решении различных проблем, визуализации.

Нельзя утверждать, что геймификация является совершенным и идеальным инструментом. Достаточно сложно применять геймификацию для производственных и транспортных профессий, т. е. применить геймификацию в любом бизнес-контексте нельзя. Введенные игровые элементы не должны отягощать сотрудников и отвлекать их от основной работы, наоборот, они должны быть простыми, но, самое главное, они должны приносить удовольствие. Простота заключается в том, что введенные «правила игры» должны подаваться работнику постепенно и в небольшом количестве. Так сотрудник без лишней загруженности сможет запоминать новую информацию, у него появится заинтересованность в новых знаниях [11].

Существуют также инструменты геймификации, используемые только в одном направлении – для оценки эффективности работы в том или ином сегменте бизнеса. Ярким примером такого инструмента является методология LEGO Serious Play, которая была разработана около 20 лет назад двумя швейцарскими профессорами. Суть данной методологии заключается в том, что, используя детали из специального набора, тренеры помогают топ-менеджерам и проектным командам визуализировать и анализировать бизнес-процессы, кейсы или отношения в команде.

Первый опыт применения концепции создатели отработали с командами управляющих в таких компаниях, как Tetra Pak, Hydro Aluminium и TFL, а также в университете IMD для трехсот сотрудников самой LEGO. Методология LSP основана на научных исследованиях в областях работы мозга, обучения взрослых и организационного развития. В ходе процесса участники используют кубики LEGO для создания моделей, отражающих их мысли, отношения и идеи.

Применение технологии LEGO позволяло указанным выше компаниям: проводить конструктивные совещания или дискуссии; повысить эффективность командообразования; быстро и эффективно находить решения конкретной проблемы; проводить собеседования или интервью с клиентом; осуществлять стратегическое развитие компании; осуществлять инновации и развитие продуктов или услуг. Главное преимущество методики LEGO – это полное вовлечение каждого участника игры. Главная цель игры – найти решение проблемы, а кубики всего лишь орудие, призванное повысить активность мозговой деятельности сотрудников.



Необходимо отметить, что современные практики разграничивают понятия геймификации и адвергейминга<sup>1</sup>, отмечая, что главное различие состоит в роли игры внутри этих инструментов. В геймификации игра присутствует внутри неигрового процесса, при этом процесс не становится игрой, а лишь увлекает пользователя внутрь обычного процесса. В адвергейминге игра является конечным результатом, т. е. это сам процесс разработки и создания игры [10].

Владельцы и топ-менеджеры компаний индустрии гостеприимства выделяют один важный аспект, характеризующий эффективность использования геймификации в их практике: геймификация усиливает экономическую устойчивость в завоевании лояльности к бренду, особенно в случае молодых клиентов. Для компании лояльность туристов чрезвычайно важна для достижения ее стратегических целей. Поскольку лояльность определяется качеством, воспринимаемой ценностью и удовлетворенностью, компании должны собирать данные о поведении туристов и восприятии ими услуг, потребляемых во время отпуска. Многие приложения для геймификации обеспечивают устойчивый способ сделать это, позволяя компаниям настраивать свои продукты в соответствии с потребностями клиентов и их экономическими целями.

В международной практике накоплен значительный опыт использования геймификации в управлении предприятиями индустрии гостеприимства. На рынке есть много производителей и платформ (онлайн и мобильных), предлагающих использование геймификации именно в данной сфере: Badgeville, Bigdoor, Gigya, Keas, Bamboo. Покупателями услуг по геймификации в мире являются организации, заинтересованные в индустрии туризма, такие как компании (гостиничные сети, рестораны, туроператоры), местные учреждения (мэрия, министерства туризма, государственные службы занятости) и неправительственные организации (связанные с социальными, экологическими и политическими вопросами). Одним из важных примеров геймификации в сфере обучения туризму является Costa Cruise. Компания с помощью Hydra-New Media использовала геймификацию для информирования турагентов, розничных продавцов и торгового персонала о путешествиях, судах, местах назначения и специальных предложениях.

---

<sup>1</sup> Адвергейминг (от англ. *advergaming*) – это практика использования игровой платформы для рекламы определенного продукта или услуги; представляет собой чрезвычайно популярный способ для рекламодателей для продажи своей продукции потребителям. Данное понятие образовалось от слияния слов *advertise* (рекламировать, англ.) и *game* (игра, англ.).

## Международная практика использования внешней геймификации

Наиболее активно внешняя геймификация используется в гостиничной индустрии при разработке различных программ лояльности. Геймификация в программе лояльности гостиницы позволяет гостям использовать все возможности современных программ лояльности, комбинируя все возможные инструменты современного маркетинга:

- игровые механики;
- квесты;
- конкурсы;
- рейтинги и многое другое.

Современные программы лояльности гостиниц выстраиваются на основе игры, в которой каждый гость сможет найти те элементы, которые ему необходимы. Главным элементом современной программы лояльности отеля является игра, которая позволяет гостю выбирать для себя путь достижения необходимого ему уровня скидки или бонусов при получении внутренней игровой валюты.

В международной практике индустрии гостеприимства реализуются следующие элементы геймификации [12, с. 96]:

- получение бонусов клиентом за переход и последующее бронирование услуг проживания в отеле (многоуровневый маркетинг);
- получение гостем внутренней игровой валюты отеля за выполнение квестов (например: посетить за 1 день 3 процедуры различных SPA-направлений в отеле);
- получение гостем внутренней игровой валюты за активности в социальных сетях, которые связаны с публикацией необходимой для отеля информации (например: «Я отдыхаю в отеле X и рекомендую вам»);
- получение гостем внутренней игровой валюты за участие в конкурсах или соревнованиях, проводимых в отеле (например: победитель соревнования на лучшее фото с логотипом отеля получит X);
- реализация механизма фотоконкурсов, где гости голосуют за победителя лайками и внутренней игровой валютой, которая переходит победителю;
- внутреннее онлайн-сообщество, где каждый может оказать знак внимания и подарить подарок из внутреннего магазина

подарков любому из гостей (пример: букет цветов гостю, номер которого неизвестен).

Активно программы лояльности используются в индустрии питания и развлечений. Американская кофейная Starbucks смогла значительно упростить процесс покупки, дав при этом возможность пользоваться бонусами через мобильные приложения – оплачивать заказы можно с помощью смартфона, а новые посещения кофейни стимулирует предложением бесплатно выпить холодный напиток при повторном визите во второй половине дня.

Компания Domino's использует игру Pizza Mogul, которая позволяет клиентам мечтать о лучшей пицце. Кроме этого, игра поддерживает бренд и показывает, что здесь не только весело работать, но и ценят творчество в работе и принимают свежие идеи. Также при помощи игры можно создать пиццу с любой начинкой и получать деньги от продаж.

Компания Burger King создала игру в виде фермы, где участники выращивают составляющие меню и способствуют увеличению продаж. Мониторы с игрой видны кассирам, поварам и менеджерам. Руководитель по своему усмотрению подбрасывает в «огороды» сотрудников задания. Как сообщают в компании, продажи с игровыми методами стали больше в полтора раза [6].

Элементы геймификации используются не только отдельными сетями отелей с мировым именем, но и целыми странами с целью привлечения туристов.

Например, Израиль создал трендовый рекламный ролик City Break, основанный на превращении будки спасателя на пляже Тель-Авива в пятизвездочный отель и поиске желающих в нем пожить в социальных сетях, что делает Израиль трендовым среди новой, молодой аудитории [9].

В Казахстане заработал портал Е-туризм, началась реализация проекта «Геймификация сакральных мест» через мобильное приложение. Целевой аудиторией данного проекта является молодежь. Большинство сакральных мест находятся далеко от городов, в регионах, где слабая, неразвитая инфраструктура. Для того чтобы они стали интересными и удобными для туристов, нужно значительное время. А за счет стимулирования через геймификацию можно молодежь подвести к тому, что они начнут посещать их [8].

Геймификация в индустрии гостеприимства работает достаточно эффективно ввиду наличия эмоционального подтекста, что

и вызывает интерес клиентов к компании. Клиент вовлекается в игру, например, выполняет какие-либо задания, получает за это баллы, а при накоплении определенного количества баллов может потратить их на покупки в компании или получение приза.

Таким образом, внешняя геймификация в индустрии гостеприимства используется различными организациями: организациями гостиничного бизнеса, организациями индустрии питания и т. д. Основной целью использования внешней геймификации в международной практике управления предприятиями индустрии гостеприимства является привлечение большего числа клиентов, включение их в ряды приверженцев компании.

### **Международная практика использования внутренней геймификации**

Внутренняя геймификация в индустрии гостеприимства используется для поиска и привлечения нового персонала, обучения сотрудников, мотивации их трудовой деятельности.

Сеть отелей Marriott одной из первых протестировала возможность использования геймификации для привлечения персонала. Специалисты компании разработали игру про отель, похожую на игры, получившие мировую известность – Farmville или The Sims, где игрок должен выполнять все обязанности менеджера кухни отеля. При помощи игры пользователи знакомятся с отраслью, одновременно получают виртуальные награды, которые улучшают отрасль гостеприимства в их глазах. Игра получила название My Marriott Hotel™. Данная игра была предложена на нескольких языках в момент своего запуска в Facebook в июне 2011 г., включая английский, арабский и мандаринский диалект китайского. Практически моментально в игру включились десятки тысяч человек, а число просмотров ее страницы достигло нескольких сотен тысяч. Одним из важнейших элементов успеха стал баннер, расположенный вверху страницы и гласящий: «Попробуй по-настоящему». Кликнув на него, человек получал доступ к перечню более чем из 50 тысяч вакансий по всему миру и списку специалистов по подбору персонала, с которыми можно было связаться для получения более подробной информации [5].

Игрок начинает с обслуживания ресторана, но по мере продвижения занимается все более сложными вещами – от обстановки столовой до заказа продуктов и даже планирования бюджета. Основываясь на опыте

популярных приложений и казуальных игр, в Marriott создали игру, где человек может попробовать себя во всех сферах гостиничного бизнеса – от самых простых до тех, в которых нужна высокая квалификация.

Обоснование создания игры достаточно простое: Marriott выходит на новые рынки, компании нужны новые сотрудники. Она старается привлечь представителей поколения Y – тех, кому на момент создания игры было от 18 до 27 лет, – и заинтересовать их карьерой в сфере гостеприимства. Это особенно критично на развивающихся рынках, где отрасль еще не очень развита.

Му Marriott Hotel на первый взгляд типичная игрушка, в которую люди обычно «залипают» во время обеденного перерыва. Но особенность игры в том, что она построена таким образом, чтобы игроки выполняли задания, которые способствуют развитию навыков и дают достоверное представление об индустрии отельного бизнеса.

Кроме того, доступность игры на пяти языках: английском, арабском, китайском, французском и испанском – говорит о намерении компании повысить узнаваемость бренда за пределами США. Впрочем, можно было подумать, что игра была создана только с целью популяризации компании и привлечения клиентов. Но есть нюанс. В ней была активная кнопка «Do it for real», которая переводила человека на страницу с вакансиями компании.

Опыт использования геймификации в процессе управления персоналом был эффективен и использование игровых технологий во многом позволило решить проблемы заполнения вакансий, в результате чего другие сети отелей, не менее крупные, чем сеть отелей Marriott, приняли решение об использовании элементов игры.

Геймификация в отелях сети Hilton Garden Inn начиналась с обучающих курсов в виде настольных игр для сотрудников компании, высшего и среднего менеджмента, в которых элементы геймификации использовались (и по сей день вполне активно используются) для развития специализированных навыков, умения работать в команде, принимать решения необычайной важности, в общем, весело проводить время за счет компании-работодателя.

Особое внимание руководством Hilton Garden Inn уделяется управлению и развитию молодых специалистов компании. По мнению руководства компании, прежние методы работы с молодыми специалистами уже неактуальны: новое поколение быстро усваивает информацию, ориентировано на современные технологии и требует

постоянной мотивации. Для привлечения лучших студентов и выпускников учебных заведений нужно учитывать интересы молодежи и обеспечить условия для карьерного роста [4].

Domino's Pizza – крупная компания, занимающаяся доставкой еды, – долгие годы терпела убытки из-за плохо проработанной системы найма. Ежегодно десятки тысяч резюме присылались в главный офис и оседали там, забытые и ненужные. Компании были необходимы новые методы найма – быстрые и учитывающие важность качества услуг в подобном клиентоориентированном бизнесе [7]. Чтобы потенциальные сотрудники с большей легкостью ориентировались в предлагаемых компанией вакансиях, появилось приложение Pizza Hero.

Французская компания Sodexo, работающая в сфере питания и сервисного обслуживания, создала платформу QueSocial. Эта платформа предназначена для рассылки новостей компании, информирования о новых вакансиях, мероприятиях, акциях. Сотрудники компании создают свои аккаунты на данной платформе, которые объединяются с их профилями в социальных сетях. Рассылки по электронной почте или смс получают все зарегистрировавшиеся на QueSocial. В данном случае сотрудники становятся представителями компании. Все ссылки прослеживаются и передаются на специальную панель, к которой рекрутеры имеют доступ. Она показывает статистику активности по ссылкам; частота кликов, количество репостов и т. д. Данные могут использоваться для стимулирования или поощрения сотрудников в поддержке различных корпоративных тем, анализа их интересов. В итоге данная платформа превращается в прекрасный инструмент: с использованием примитивной игровой механики в процессе работы с персоналом сотрудники становятся активными представителями компании и ее бренда [16, с. 75].

В Республике Беларусь приемы геймификации начали использоваться достаточно давно. Среди наиболее ярких примеров можно выделить мини-квест от оператора Life, компанию Coca-Cola, которая выпускала эксклюзивные личные баночки знаменитого напитка. Каждый желал получить именно свою, со своим именем, фамилией, прозвищем, ником, названием чего-то, что нужно запомнить. В феврале 2017 г. сеть магазинов «Евроопт» запустила рекламную игру «Бонстики». Кроме этого, сеть магазинов «Евроопт» организует уже ставшую народной рекламную игру «Удача в придачу». Концепция игры немного отличается: покупатели совершают покупку на 10 руб. по дисконтной карте сети и получают игровые коды, которые в дальнейшем участвуют в розы-

грыше ценных денежных и вещевых призов. Инициативу «Евроопта» переняли и многие другие торговые сети Беларуси: ProStore, «Алми», Green и др. Одним из ярких примеров геймификации в индустрии гостеприимства Республики Беларусь можно назвать приложение Duda, предложенное потребителям компанией McDonald's.

Таким образом, на предприятиях индустрии гостеприимства в Республике Беларусь имеются огромные перспективы по внедрению геймификации. Данное средство в стране используется мало, только начинает внедряться в практику компаний, поэтому те предприятия, которые первыми возьмут на вооружение средства геймификации, в частности в управлении персоналом, смогут сформировать неоспоримые конкурентные преимущества на рынке.

### Список литературы

1. Валерина, Л. П. Геймификация в образовании [Электронный ресурс] / Л. П. Валерина // Историческая и социально-образовательная мысль. – Режим доступа: <http://cyberleninka.ru/article/n/geymifikatsiya-v-obrazovanii>. – Дата доступа: 15.03.2019.
2. Вербх, К. Вовлекай и властвуй. Игровое мышление на службе бизнеса / К. Вербх, Д. Хантер. – М. : Питер, 2015. – 223 с.
3. Зикерманн, Г. Геймификация в бизнесе, как пробиться сквозь шум и завладеть вниманием сотрудников и клиентов / З. Гейб ; пер. с англ. И. Айзятулловой. – М. : Манн, Иванов и Фербер, 2014. – 272 с.
4. Геймификация – что за зверь [Электронный ресурс]. – Режим доступа: [www.rabota.ru/issledovaniya/rezultaty\\_oprosovo/gejmifikatsiya\\_chno\\_za\\_zver\\_.html](http://www.rabota.ru/issledovaniya/rezultaty_oprosovo/gejmifikatsiya_chno_za_zver_.html). – Дата доступа: 08.04.2019.
5. Геймификация в бизнесе: как пробиться сквозь шум и завладеть вниманием сотрудников и клиентов / Г. Зикерманн, Дж. Линдер. – М. : Манн, Иванов и Фербер, 2014. – 272 с.
6. Геймификация в маркетинге: игры, в которые играют клиенты [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://outofcloud.ru/blog/2017/12/19/gejmifikaciya-v-marketinge-igrayut-klienty>. – Дата доступа: 09.04.2019.
7. Геймификация и рекрутинг [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.mainstaff.ru/ru/news/publications/1812-2016-09-18-20-41-59>. – Дата доступа: 09.04.2019.
8. Геймификация сакральных мест [Электронный ресурс]. –

- Режим доступа: <https://www.prazdnikmedia.ru/viewart/article/1452108>. – Дата доступа: 09.04.2019.
9. Геймификация, или Как привлекают туристов в Израиль [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://isratourist.ru/new/gejmifikaciya-ili-kak-privlekeyut-turistov-v-izrail>. – Дата доступа: 09.04.2019.
  10. Геймификация. Трансмедиа. Адвергейминг. Реклама в играх [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.cossa.ru/sandbox/33029>. – Дата доступа: 15.03.2019.
  11. Как «троллить» сотрудников, чтобы они получали от этого удовольствие, и другие примеры геймификации [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://probusiness.io/experience/2388-kak-trollit-sotrudnikov-chtoby-oni-poluchali-ot-etogo-udovolstvie-i-drugie-primery-geymifikacii.html>. – Дата доступа: 15.03.2019.
  12. Кузьмина, М. А. Геймификация: возможность внедрения в сферу туризма и гостеприимства / М. А. Кузьмина, Г. Н. Осмоловский // Новое поколение. – № 9. – 2016. – С. 95–99.
  13. Макарова, А. С. Игрофикация маркетинговых коммуникаций как эффективный способ общения с целевыми аудиториями / А. С. Макарова, С. Н. Басова // Молодой ученый. – 2012. – № 8. – С. 122–125.
  14. Покотилова, Я. С. Совершенствование форм мотивации персонала на предприятии / Я. С. Покотилова // Проблемы инновационного развития российской экономики : материалы III Всерос. науч.-практ. конференции. – Воронеж, 2015. – № 2(17). – С. 92–96.
  15. Ткачик, П. Как превратить жизнь в удовольствие [Электронный ресурс] / П. Ткачик. – Режим доступа: <http://inosmi.ru/world/20120708/194507436.html>. – Дата доступа: 15.03.2019.
  16. Штонда, А. С. Геймификация как новый тренд при отборе и найме персонала / А. С. Штонда // Бизнес-образование в экономике знаний. – № 3. – 2016. – С. 74–76.



## **МАРКЕТИНГОВОЕ ИССЛЕДОВАНИЕ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ МУЗЕЯ АРХИТЕКТУРНЫХ МИНИАТЮР «СТРАНА МИНИ»**

**О. Г. Дранкевич<sup>1</sup>, О. В. Романова<sup>2</sup>**

Учреждение образования «Белорусский государственный  
университет физической культуры»,  
пр-т Победителей, 105, 220050, г. Минск, Беларусь,  
<sup>1</sup>drankevich@mail.ru, <sup>2</sup>W2700@mail.ru

**Аннотация.** В статье дан анализ маркетингового исследования деятельности музея архитектурных миниатюр «Страна мини». Определен потенциальный потребитель туристических услуг. Дана сравнительная характеристика аналогичных мировых музеев.

**Ключевые слова:** музей, музей миниатюр, конкуренты.

**Образец цитирования:** Дранкевич, О. Г. Маркетинговое исследование деятельности музея архитектурных миниатюр «Страна мини» / О. Г. Дранкевич, О. В. Романова // Перспективы развития туризма в современных условиях: мировые тенденции и региональные контексты : материалы III Междунар. науч.-практ. конф., Минск, 28 сент. 2023 г. / Национальное агентство по туризму ; редкол.: И. Н. Воронович (предс.) [и др.]. – Минск, 2023. – С. 425–439.

## **MARKETING RESEARCH OF THE ACTIVITIES OF THE MUSEUM OF ARCHITECTURAL MINIATURES «MINI COUNTRY»**

**O. Drankevich<sup>1</sup>, O. Romanova<sup>2</sup>**

Educational Institution «Belarusian State University of Physical Culture»,  
Pobediteley Avenue, 105, 220050,  
Minsk, Belarus,  
<sup>1</sup>drankevich@mail.ru, <sup>2</sup>W2700@mail.ru

**Annotation.** The article analyzes the marketing research of the activities of the museum of architectural miniatures «Mini Country».

A potential consumer of tourist services has been identified. A comparative characteristic of similar world museums is given.

**Keywords:** museum, miniature museum, competitors.

**For citation:** Drankevich, O. Marketing research of the activities of the museum of architectural miniatures «Mini country» / O. Drankevich, O. Romanova // Prospects for the development of tourism in modern conditions: global trends and regional contexts : materials of the III Int. sci.-pract. conf., Minsk, 28 Sept. 2023 / National Agency for Tourism ; ed.: I. Voronovich (chair.) [et al.]. – Minsk, 2023. – P. 425–439.

Музей архитектурных миниатюр «Страна мини» единственный в своем роде, и составить ему конкуренцию на данный момент в Беларуси некому. Это идеальный вариант для туристов. В этом музее – попытка собрать под одной крышей достопримечательности страны, которые в реальной жизни друг с другом разделяют сотни километров. Составлен список 70 важнейших и интереснейших достопримечательностей страны, которые постепенно пополняют музей мини-экспозициями. На данный момент в музее представлены 23 макета самых значимых объектов архитектурно-исторического наследия Беларуси [1].

Музей «Страна мини» шагает в ногу с современным миром в эпоху технологий. Благодаря этому в музее представлены интерактивные мультимедийные зоны. Каждый отдельный мини-макет имеет свою интерактивную «фишку». Одна экспозиция – это один мини-мир, в который погружаешься с головой.

В музее «Страна мини»:

- экспозиция из 23 ключевых достопримечательностей Беларуси, к которым можно отправиться прямо из музея;
- сувенирная лавка с самой большой подборкой сувениров и подарков из Беларуси от более чем 110 белорусских мастеров;
- англоговорящие экскурсоводы, экскурсии на русском, английском и белорусском языках;
- мобильное приложение «Страна мини» – это аудиогид-путеводитель на русском и английском языках, его можно скачать и установить совершенно бесплатно;
- зона виртуальной реальности, где можно увидеть в съемке 360° более 20 достопримечательностей Беларуси как снаружи, так и внутри;
- две фотозоны: «Белорусский дом» и «Зубр-качалка»;

- бесплатный скоростной Wi-Fi;
- зона отдыха с кофе, водой и снеками;
- в каждый билет входит фотосъемка и аудиогид.

Рассматривая музей, его можно сравнить с зарубежным опытом таких мировых музеев, как:

«Гранд-макет России». Санкт-Петербург, Россия.

Самый большой макет страны в мире. Его площадь – 800 м<sup>2</sup>. По всему этому огромному полю среди городов, кварталов и полей, расставлены крохотные, высотой всего два сантиметра, человечки, которые выполняют разную работу. Как утверждают создатели проекта, они не ставили себе задачу воссоздать географическую карту России максимально точно. Этот макет – собирательный образ страны. Поэтому главная железная дорога проложена даже там, где в настоящее время ее еще нет – по районам Крайнего Севера [2].

Музей миниатюры. Гамбург, Германия.

В этом населенном пункте «проживает» 250 000 миниатюр, изготовленных в масштабе 1:87, т. е. средний рост человеческой фигурки – около двух сантиметров. Создатели утверждают, что ни одна из них не похожа друг на друга (за исключением братьев-близнецов из «швейцарской деревушки»).

Каждые 15 минут в городе наступают сумерки, зажигаются фонари и малосенькие ночники в окошках домов. Кроме 250 000 жителей, в городе миниатюр находится порядка 5 тысяч машин, 215 000 деревьев, 15 километров проложенных рельсов и 830 поездов (самый длинный из которых – 14,5 метра). У каждой машины есть ближний и дальний свет, работают дворники и поворотники, а с наступлением «сумерек» их движение замедляется.

«Каталония в миниатюре». Барселона, Испания.

Это главный парк мира, содержащий такое количество мини-копий архитектурных достопримечательностей – памятников, дворцов и соборов масштабом 1:25. Вся Каталония со 150 лучшими творениями ее зодчих – как на ладони: целый квартал «пряничных домиков» Гауди, включая Дом Бальо, Саграда Фамилия и стадион «Камп Ноу» в Барселоне, Музей Сальвадора Дали в Фигейрасе, Римский акведук в Таррагоне, старинные замки, башни, мосты, аттракционы, железные дороги с движущимися поездами, горы, реки, карликовые деревца.

Парк огромен: его площадь равна 25 тыс. м<sup>2</sup>. Чтобы осмотреть его полностью, понадобится около двух часов. Но можно объехать всю

территорию на специальном туристическом двухвагонном поезде. Еще один вариант – веревочные лестницы, тросы и прочие приспособления для любителей активного отдыха: в соседнем с парком лесу разместился парк приключений El Bosc Animat, в котором в любой день, кроме понедельника, с 10:00 до 15:00 (в выходные – до 18:00) можно не только поиграть в Маугли, но и осмотреть парк миниатюр с высоты [2].

Парк «Швейцария в миниатюре». Лугано, Швейцария.

В этой деревушке, расположенной в нескольких километрах от Лугано, находится парк «Швейцария в миниатюре», где можно за один день ознакомиться с главными достопримечательностями страны: здесь около 120 моделей швейцарских замков, соборов и прочих исключительных строений. По территории мини-Швейцарии проложено больше трех километров железных дорог, по которым бегают 18 поездов. Кроме поездов, в крохотной стране есть фуникулеры и канатные дороги в горах, лодки на озерах, и даже машины бегают по горным серпантинам.

Этому парку уже более 50 лет. Он бы открыт 6 июня 1959 г. Парк расположен в уникальном месте: горные массивы этого региона находятся под охраной ЮНЕСКО [2].

Парк «Италия в миниатюре». Римини, Италия.

Парк «Италия в миниатюре» был первым. На его территории в окружении клумб, аллей и фонтанов стоят 270 копий знаменитых сооружений, выполненных в масштабе от 1:25 до 1:50.

Отдельного упоминания стоит часть парка под названием «Венеция в миниатюре». Ее 119 дворцов всего лишь в пять раз меньше оригиналов, а по «Большому каналу» можно даже прокатиться на лодке.

Парк «Древний Город – Мыанг Боран». Бангкок, Таиланд.

На живописной территории огромного парка установлены миниатюрные копии самых известных зданий и памятников всего Таиланда (оригиналы некоторых из этих зданий разрушены). Отдельно выстроены традиционные деревни всех тайских народностей и племен. Парк настолько большой, что в стоимость билета входит прокат велосипеда.

В результате были определены основные отличительные черты зарубежных музеев миниатюр. К ним относятся:

1. Четкая сегментация, позиционирование услуг для разных целевых сегментов (школьные программы, взрослые, семьи с детьми, люди с ограниченными возможностями).

2. Высокая чувствительность к потребностям целевых сегментов.

Например, для детей предлагаются:

- комнаты открытий (discovery rooms);
- фильмы и театрализованные шоу;
- детские клубы;
- отмечания дня рождения в музее;
- интеллектуальные игры и т. д.

Для молодежи:

- мастер-классы;
- акции;
- исследования;
- инновационные вечера;
- вечеринки в музее (Halloween);
- туры с индивидуальным экскурсоводом;
- и прочее.

Организовываются специальные музейные туры для пожилых людей и людей с ограниченными возможностями.

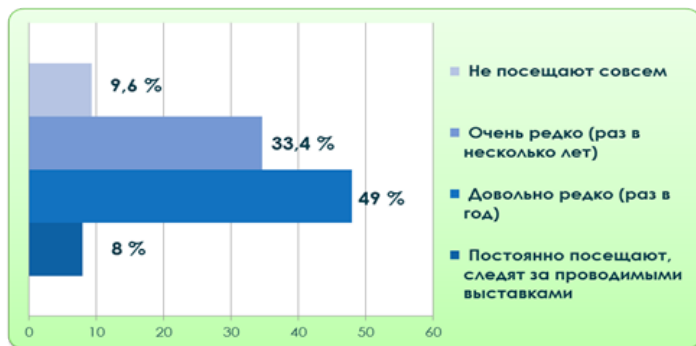
3. Активное продвижение, рекламные кампании, привлекательные сайты.

4. Наличие в музеях различных дополнительных услуг (leisure services):

- магазины (книг, сувениров);
- рестораны;
- кафе;
- комнаты релаксации;
- парки с акциями и шоу.

В процессе работы над маркетинговым исследованием было проведено анкетирование с целью изучения спроса и предпочтений посетителей музеев, а также людей, не посещающих музеи (потенциальных посетителей). Анкета распространялась через социальные сети. В результате в опросе приняли участие 200 человек разного возраста, пола, социального статуса, рода деятельности и т. д. Результаты исследования нельзя считать высокорепрезентативными, однако они помогли определить основные тенденции в поведении потребителей предлагаемых услуг.

На вопрос о том, как часто респонденты посещают музеи, были получены следующие результаты, которые можно увидеть на рисунке 1.



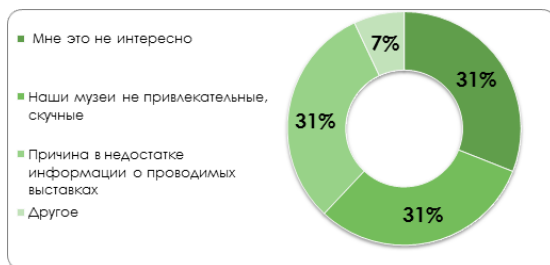
**Рис. 1. Частота посещений музеев**

Из диаграммы видно, что 92 % людей посещают музеи редко или не посещают совсем, а это значит, что проведение досуга в музеях непопулярно, и потому существует огромный потенциал рынка.

Основные причины, по которым респонденты не посещают музеи:

- «Мне это не интересно»;
- «Наши музеи непривлекательны и скучны»;
- недостаток информации о проводимых выставках;
- другое.

Их процентные показатели отображены на рисунке 2.



**Рис. 2. Причины, по которым люди не посещают музеи**

Как видно из рисунка 2, ярко выделились три основные причины, по которым люди не посещают музеи, притом две из них зависят непосредственно от деятельности музеев.

Недостаток информации о выставках и активностях в музеях говорит о слабой политике продвижения музеев страны в целом.

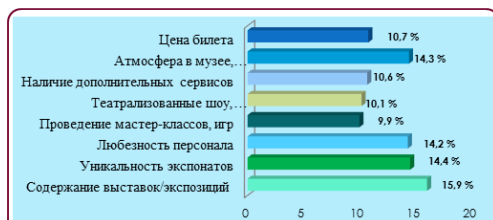
Мнение о том, что музеи непривлекательные и скучные, говорит о неправильном позиционировании или отсутствии такового.

Устранение названных причин может привести к значительному росту посещаемости.

Категория «Другое» содержит следующие причины:

1. Деловые люди ссылаются на недостаток времени.
2. Родители считают, что в музеях не любят детей, так как им всегда делают замечания и для детей ничего не предлагается.
3. Молодые люди стесняются, так как считают, что в музеи ходят только те, кто хорошо разбирается в искусстве.

Были определены наиболее важные критерии при выборе музея, на рисунке 3 представлено распределение значимости среди них.



**Рис. 3. Критерии выбора музея**

Как видно из рисунка 3, наиболее значимыми стали: содержание выставок и экспозиций – 15,9 %, уникальность экспонатов – 14,4 %, атмосфера в музее, гостеприимность – 14,3 %, любезность персонала – 14,2 %.

С целью определения наиболее эффективных технологий в сфере экскурсионных услуг в музее было проведено анкетирование.

Задачи проводимого исследования:

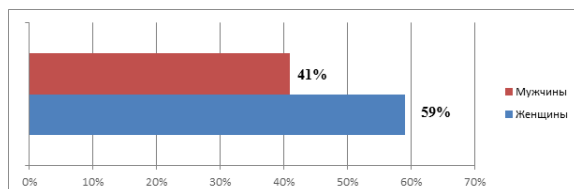
- 1) выявить мотивы посещения музея;
- 2) определить потребности посетителей и их предпочтения в выборе услуг, предоставляемых музеем;
- 3) выделить наиболее эффективные источники информации о музее.

Целевая аудитория исследования: посетители музея.

Способ опроса: массовый; раздаточный (в музее); электронный (онлайн-анкетирование на сайте).

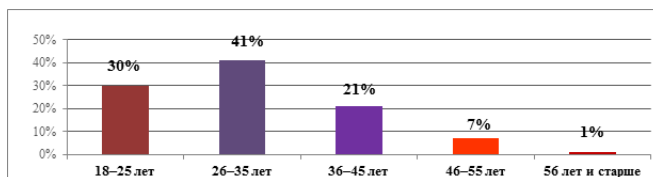
В анкетно-опросе приняли участие 127 человек. По результатам анкетирования были получены следующие данные, на основе которых можно сделать основные выводы.

1. Преобладающим большинством посетителей музея являются женщины – 58 %, мужчины составляют – 42 % (рис. 4).



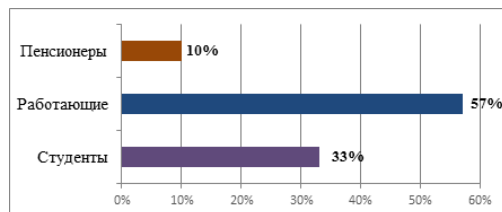
**Рис. 4. Соотношение мужчин и женщин, посещающих музей**

2. Что касается возрастной категории, то большую долю посетителей составляют женщины и мужчины в возрасте 26–35 лет – 41 %; затем все остальные: 18–25 лет – 30 %; 36–45 лет – 21 %; 46–55 лет – 7 %; 56 и старше – 1 % (рис. 5).



**Рис. 5. Возрастная категория посетителей музея**

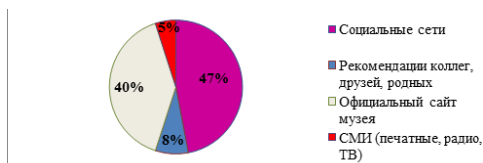
3. В основном потребителями услуг является работающее население – 57 %, студенты составляют 33 %, а на долю пенсионеров приходится 10 % (рис. 6).



**Рис. 6. Преобладающий контингент посетителей музея**

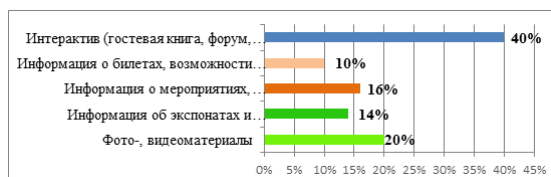


4. Источники, которые чаще всего используют посетители для получения информации о музее и выставках, выстроились следующим образом: 47 % – социальные сети, 40 % – официальный сайт музея, 8 % – рекомендации коллег, друзей, родных, 5 % – СМИ (печатные, радио, ТВ) (рис. 7).



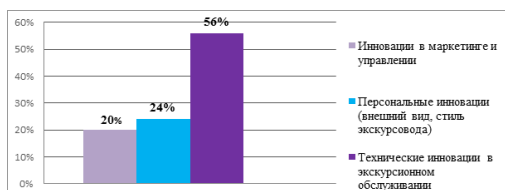
**Рис. 7. Источники получения информации о музее и выставках**

5. Ответ на вопрос, касающийся достаточного/недостаточного количества информации на сайте музея, показал следующие данные: 40 % выбрали добавление интерактива, 20 % – фото-, видеоматериалов, 16 % – информации о мероприятиях, 14 % – информации об экспонатах и выставках, 10 % – информации о билетах и их приобретении (рис. 8).



**Рис. 8. Необходимость в улучшении сайта музея-заповедника**

6. Оценка наиболее эффективных инноваций в экскурсионной деятельности выстроилась следующим образом: 56 % респондентов выбрали технические инновации, 24 % – персональные инновации, 20 % – инновации в маркетинге и управлении (рис. 9).



**Рис. 9. Оценка наиболее эффективных инноваций**

Проанализировали интересующие нас вопросы, касающиеся работы сайта: достаточного/недостаточного количества интерактива, наиболее эффективных инновационных технологий в экскурсионной деятельности.

В 2021 г. музей посетили 43 100 человек.

SWOT-анализ ООО «Страна мини».

Проведем анализ внешней среды ООО «Страна мини».

Тенденции рынка.

«Просветительская» модель культуры становится все менее актуальной и замещается новой концепцией: культура должна доставлять удовольствие, развлекать, успокаивать. Отечественные музеи еще не успели перестроиться, малый процент населения проводит досуг в музеях, что характеризует потенциал рынка как высокий.

Поведение потребителей.

Как показали результаты исследований, происходит изменение в мотивах потребителей, ими движут далеко не только образовательные мотивы, они хотят не только осматривать экспозиции, но и участвовать, создавать, экспериментировать, практиковать, играть и т. д., все важнее становится ощущение комфорта, наличие дополнительных сервисов в музеях (кафе, рестораны, магазины сувенирной продукции).

Характеристика конкурентов.

Конкурентами можно считать все музеи и галереи Беларуси. Основными конкурентами по узнаваемости и посещаемости (показатели рейтингов белорусских сайтов досуга) являются:

- галерея современного искусства «Ў»;
- Национальный художественный музей РБ;
- музей-усадьба «Дудutki»;
- галерея «Вильнюс»;
- Музей Великой Отечественной войны;
- Музей белорусского кино;
- Художественная галерея Университета культуры.

При рассмотрении критериев конкуренции внутри отрасли можно говорить о том, что:

- 1) существует множество конкурентов внутри отрасли;
- 2) существует различие в ресурсной базе (экспонаты), тематической направленности и масштабах;
- 3) конкуренция не выражена явно;

4) на данном этапе присутствует слабая политика продвижения у всех конкурентов.

Угроза появления новых конкурентов, использующих маркетинговые инструменты, опыт мирового музейного маркетинга, также невысока, так как нужны довольно специфические ресурсы – экспонаты – и сфера является не самой прибыльной и привлекательной.

Если рассматривать угрозу появления товаров-заменителей, то существует множество вариантов времяпровождения, которые можно считать товарами-заменителями, таковыми являются стилизованные бары и рестораны, проводящие выставки, театры, ботанический сад, онлайн-посещение мировых музеев в Интернете и многое другое. Также посетители не сконцентрированы на историческом музее и легко могут склониться к посещению конкурентов либо к любому другому способу проведения досуга.

Можно сделать вывод, что конкурентная ситуация в отрасли является довольно острой. Однако если разработать и использовать верную стратегию, то конкурентные преимущества могут позволить занять лидирующую позицию на рынке.

1. Законодательство и политическая среда.

Степень зависимости от политики государства велика, так как музей является государственным учреждением. Но программы по продвижению туризма могут положительно сказаться на деятельности музея, так как туристы являются привлекательным сегментом в перспективе.

2. Экономические факторы.

При рассмотрении экономических факторов можно отметить, что повышение покупательской способности населения может сказаться положительно на посещаемости музея.

3. Социально-демографические факторы.

Повышение рождаемости в последние годы может привести к постепенному омоложению нации, что является положительным фактором в долгосрочной перспективе, так как школьники и молодежь являются наиболее активными посетителями.

4. Международная среда.

Международная среда оказывает влияние на восприятие потребителей, на отношение к отдыху, на формирование современных тенденций развития музейной деятельности.

После анализа и оценки факторов внешней среды необходимо определить, обладает ли предприятие внутренними силами, чтобы воспользоваться открывающимися возможностями, и какие внутренние слабости могут осложнить решение будущих проблем, связанных с внешними опасностями.

При изучении внутренней среды необходимо сперва рассмотреть товарную политику предприятия.

Предлагаемые на сегодняшний день услуги не в полной мере удовлетворяют потребности и ожидания потребителей, часто посещение музея у масс ассоциируется с пассивным и «скучным» способом времяпровождения, несущим исключительно образовательную функцию, что делает его непривлекательным для студентов, активных молодых людей, в то время как в мировом опыте музейного маркетинга этот сегмент является одним из самых существенных.

Ассортимент услуг музея нуждается в анализе и корректировке.

При рассмотрении конкурентной позиции можно говорить о том, что основным конкурентными преимуществами являются:

- 1) владение собственными экспонатами;
- 2) удобное расположение музея;
- 3) предложение как долговременных экспозиций, так и временных выставок разной тематики;
- 4) специальные интерактивные занятия-игры для школьников.

Но в целом конкурентная позиция довольно слабая, так как некоторые музеи и галереи все активнее начинают использовать средства маркетинга и становятся более привлекательными для посетителей.

Если характеризовать персонал музея, то можно утверждать, что в коллективе хороший климат и сотрудники обладают специфическими знаниями и умениями. Но существенным недостатком в их деятельности является слабая мотивация, что мешает им полностью раскрыть свой профессиональный и творческий потенциал.

При изучении ценовой политики музея было отмечено, что цены на основные услуги рассчитываются затратным методом и утверждаются Министерством культуры. Для школьников и студентов музей предусматривает скидки до 50 %.

Действующую стратегию музея можно определить как недифференцированную (музей предоставляет широкий ассортимент услуг для рынка, который не подразделяется на сегменты, а рассматривается как единый рынок с различными потребностями). Единственный сегмент,

который обособился на протяжении долгих лет существования – это школьники, для них организовываются групповые экскурсии, которые инициируются и формируются преподавателями в школах. Также для детей в музее проводятся интерактивные игры.

Отсутствием сегментирования и позиционирования услуг для различных сегментов обосновывается незначительный процент посещений молодежью, иностранцами и остальными гражданами страны.

При изучении политики коммуникаций выявились следующие особенности:

- 1) политика продвижения услуг слабая;
- 2) контакт со школами осуществляется напрямую;
- 3) налажены некоторые связи на телевидении и с печатными изданиями (освещение в афишах и анонсах);
- 4) отсутствие обратной связи;
- 5) отсутствие рекламного бюджета.

Из чего можно сделать выводы, что существующая ситуация не способствует дальнейшему процветанию музея и не может создать и сохранить образ музея как благоприятный.

Далее можно определить возможности, угрозы, сильные и слабые стороны «Страны мини».

Все данные отображены в табл. 1.

**Таблица 1. SWOT-анализ ООО «Страна мини»**

<b>Сильные стороны</b>	<b>Слабые стороны</b>
Стабильный рост посещаемости Владение уникальными экспонатами Удобное расположение музея	Отсутствие стратегического планирования администрацией музея Низкая мотивация сотрудников
<b>Возможности</b>	<b>Угрозы</b>
Рост спроса на развивающие и интерактивные услуги Появление партнеров, спонсоров Развитие туризма Повышение покупательской способности населения	Большое количество товаров-заменителей Появление новых конкурентов, активно использующих средства маркетинга

К сильным сторонам можно отнести:

- стабильный рост посещаемости;
- владение уникальными экспонатами;
- удобное расположение музея;

- проведение корпоративных конференций, презентаций (развитие сотрудничества).

К слабым сторонам относятся:

- отсутствие стратегического планирования администрацией музея;
- низкая мотивация сотрудников.

Возможностями являются:

- рост спроса на развивающие и интерактивные услуги;
- появление партнеров, спонсоров;
- развитие туризма;
- повышение покупательской способности населения.

К угрозам можно отнести:

появление новых конкурентов, активно использующих средства маркетинга.

Исходя из вышеприведенных данных, можно определить следующие стратегические вопросы:

- 1) Как изменить и расширить предоставляемые услуги, чтобы не потерять, а привлечь потребителей?
- 2) Как улучшить качество обслуживания посетителей?
- 3) Как улучшить конкурентную позицию на рынке?
- 4) Как улучшить политику продвижения?

При решении этих вопросов можно устранить центральную проблему деятельности ООО «Страна мини» – необходимость найти способы увеличения посещаемости музея.

Таким образом, в результате маркетинговых исследований установили потенциальных посетителей музея архитектурных миниатюр. Рассмотрели похожие музеи за рубежом и провели сравнительную характеристику.

Цены на входные билеты в музей:

- для взрослых – 19 белорусских рублей;
- для школьников, студентов, пенсионеров – 15 белорусских рублей.

Для граждан Беларуси предусмотрена скидка на билеты: 13 и 10 белорусских рублей соответственно.

Экскурсия длительностью 45 минут обойдется в 20 белорусских рублей, за 80 минут экскурсионного обслуживания необходимо заплатить 26 белорусских рублей. Для групп от 10 человек экскурсия проводится бесплатно.

### **Список литературы**

1. Официальный сайт ООО «Страна мини» [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.belarusmini.by>. – Дата доступа: 02.06.2023.
2. Парк «Италия в миниатюре» [Электронный ресурс]. – Режим доступа: [redigo.ru](http://redigo.ru). – Дата доступа: 02.06.2023.

## **ВОЗМОЖНОСТИ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ ГЕОИНФОРМАЦИОННЫХ ТЕХНОЛОГИЙ В ПОСТРОЕНИИ МАРШРУТА ТУРИСТИЧЕСКИХ ПУТЕШЕСТВИЙ ПО РЕСПУБЛИКЕ БЕЛАРУСЬ**

**О. Ф. Каган<sup>1</sup>, К. А. Трамбицкая<sup>2</sup>**

Учреждение образования  
«Белорусский государственный университет  
физической культуры»,  
пр. Победителей, 105, 220020,  
г. Минск, Беларусь,

<sup>1</sup>ol-kag@yandex.ru, <sup>2</sup>christina2002tr@gmail.com

**Аннотация.** В статье рассматриваются возможности применения геоинформационных систем в туризме, проведен сравнительный анализ популярных картографических систем по их эффективности использования на территории Республики Беларусь.

**Ключевые слова:** геоинформационные системы, геоинформационные технологии, картографические системы, туризм.

**Образец цитирования:** Каган, О. Ф. Возможности использования геоинформационных технологий в построении маршрута туристических путешествий по Республике Беларусь / О. Ф. Каган, К. А. Трамбицкая // Перспективы развития туризма в современных условиях: мировые тенденции и региональные контексты : материалы III Междунар. науч.-практ. конф., Минск, 28 сент. 2023 г. / Национальное агентство по туризму ; редкол.: И. Н. Воронович (предс.) [и др.]. – Минск, 2023. – С. 440–447.



# POSSIBILITIES OF USING GEOINFORMATION TECHNOLOGIES IN CONSTRUCTING THE ROUTE OF TOURIST TRAVEL IN THE REPUBLIC OF BELARUS

O. Kagan<sup>1</sup>, C. Trambitskaya<sup>2</sup>

Educational Institution «Belarusian State University of Physical Culture»,  
Pobediteley Avenue, 105, 220020, Minsk, Belarus,  
<sup>1</sup>ol-kag@yandex.ru, <sup>2</sup>christina2002tr@gmail.com

**Annotation.** The article discusses the possibilities of using geographic information systems in tourism, a comparative analysis of popular cartographic systems is carried out in terms of their efficiency of use in the territory of the Republic of Belarus.

**Keywords:** geoinformation systems, geoinformation technologies, cartographic systems, tourism.

**For citation:** Kagan, O. Possibilities of using geoinformation technologies in constructing the route of tourist travel in the Republic of Belarus / O. Kagan, C. Trambitskaya // Prospects for the development of tourism in modern conditions: global trends and regional contexts : materials of the III Int. sci.-pract. conf., Minsk, 28 Sept. 2023 / National Agency for Tourism ; ed.: I. Voronovich (chair.) [et al.]. – Minsk, 2023. – P. 440–447.

Активное распространение интернет-технологий в современном мире приводит к эволюции бизнес-процессов во многих областях хозяйства. Особенно сильное влияние Интернет оказывает на наиболее динамичные сферы деятельности, основанные на обмене актуальной информацией и территориальной разобщенности покупателя, продавца и производителя услуг (товаров), такие как банковская деятельность, туристический бизнес и международная торговля.

Широкое применение интернет-технологий становится одной из актуальнейших задач в индустрии туризма. Отличительные черты туристского продукта требуют быстрого предоставления разнообразных необходимых сведений о возможности бронирования средств размещения, билетов на транспорт, географическом расположении объектов. Это возможно осуществить при условии широкого использования современных цифровых технологий [1].

Одним из современных направлений цифровизации туризма является активное применение геоинформационных систем.

Геоинформационные системы являются важным инструментом для качественного создания маршрута путешествия. В современном туристическом бизнесе геоинформационные технологии выступают как часть некоторых крупных цифровых туристических и социокультурных проектов.

Географическая информационная система (Geographic Information System (GIS), далее – ГИС) – это набор компьютерного оборудования, географических данных и программного обеспечения для сбора, обработки, хранения, моделирования, анализа и отображения всех видов пространственно привязанной информации [2].

Эта технология объединяет традиционные операции работы с базами данных с преимуществами полноценной визуализации и географического пространственного анализа, которые предоставляет карта. ГИС содержит данные о пространственных объектах в форме их цифровых представлений (векторных, растровых и иных).

Туризм – одна из традиционных областей применения геоинформационных технологий. При исследовании туристского потенциала территорий и разработки программ их освоения специалистам приходится сталкиваться с большим количеством информации, характеризующей различные стороны пространства.

Непосредственно в сфере туризма геоинформационные технологии применяются для разработки туристических маршрутов, обеспечения информации об объектах туризма, оптимизации их положения, использования средств спутниковой навигации, создания планово-картографических материалов и интерактивных картографических интернет-сервисов [3].

Круг пользователей туристских ГИС достаточно широк: от отделов региональных администраций по культуре и туризму, планирующих развитие туристических и рекреационных услуг, до рядовых граждан, желающих выбрать подходящие места для отдыха и/или посмотреть туристские маршруты.

Таким образом, можно выделить следующие функции ГИС в туризме:

- снабжение туриста подробной и актуальной информацией относительно широчайшего спектра тем;
- предоставление малым туристским организациям возможности дешево и эффективно продвигать на рынок свои услуги и предложения;

- обеспечение недорогого способа любым туристским организациям распространять информацию посредством мобильных ГИС;
- установление разнообразных связей между любыми участниками туристского рынка;
- предложение альтернативной системы маркетинга и каналов распространения информации;
- создание открытой экономической ГИС для продажи в электронной форме туристских услуг;
- сбор и обработка мультимедийного маркетингового материала с помощью мобильных ГИС;
- создание демонстрационной версии ГИС (туристских информационных систем);
- создание пространственных баз данных о природных, климатических, рекреационных, культурно-исторических характеристиках и прочей информации нормативно-справочного характера, обеспечение доступа к ним с любого электронного устройства [4].

Если говорить об обычных путешественниках и сотрудниках небольших туристических организаций, то чаще всего они используют бесплатные доступные ГИС – электронные карты или картографические системы, среди которых самыми популярными являются Яндекс Карты, Google Maps, Maps.Me, 2ГИС. Данными ресурсами можно пользоваться как через сайты, так и через мобильные приложения.

Проведем сравнительный анализ картографических систем по основным критериям, оценивающим эффективность их работы и удобство пользования данными ресурсами на территории Республики Беларусь (табл. 1).

**Таблица 1. Сравнительный анализ картографических систем**

<b>Критерии</b>	<b>Яндекс Карты</b>	<b>Google Maps</b>	<b>Maps.Me</b>	<b>2ГИС</b>
Интерфейс	Современный интерфейс. Интуитивно понятно, легко использовать	Современный интерфейс. Некоторые функции не до конца понятны на интуитивном уровне	Интерфейс удобный, все важные иконки находятся снизу	Интерфейс удобный, но выглядит несовременно
Детализация	Можно рассмотреть отдельные здания	Хорошая детализация в крупных городах, не очень хорошая – в небольших населенных пунктах	Достаточно хорошая, но не во всех населенных пунктах	Прорисовка зданий, всех дорог, тропинок

Продолжение табл. 1

Офлайн-режим	Только часть карты, открытая во время онлайн-работы	Только часть карты, открытая во время онлайн-работы	Полностью вся карта	В рамках загруженной карты города
Возможность редактирования карт	Возможность редактировать карту, добавлять объекты, фото	Возможность сообщить об ошибке, предложить идею	Самостоятельное редактирование карт, предварительно зарегистрировавшись в <a href="http://OpenStreetMap.org">OpenStreetMap.org</a>	Возможность сообщить об ошибке, добавить организацию
Наличие слоев	Карта, спутник, гибрид, движущийся транспорт	Карта, спутник, рельеф, транспорт	Карта	Карта
Отображение пробок	Да, есть отображение дополнительной информации о дорожной обстановке	Да, в крупных городах и на трассах	Нет	Не все города
Возможность измерить расстояние	Да	Да	Нет	Нет
Обзор улиц	Яндекс Панорамы Зеркала	Google Streetview	Нет	Нет
Универсальный поиск	Да. Интеллектуальный поиск	Да. Интеллектуальный поиск	Да	Да
Голосовой ввод (на русском)	Да	Да	Нет	Нет
Ночной режим	Да	Да	Нет	Нет
Построение маршрута	Автомобиль, общественный транспорт, такси со стоимостью, велосипед. Стронт с учетом пробок	Автомобиль, общественный транспорт, пешеходный маршрут. Возможность выбрать только один из видов транспорта или вариант пешком. Стронт с учетом пробок и расписания общественного транспорта. Работает только в городах или между населенными пунктами	Автомобиль, пешеходный маршрут, метро, велосипед, такси со стоимостью	Автомобиль, общественный транспорт

Окончание табл. 1

Справочная информация	Подробная информация об организациях, фото, отзывы, посещаемость, рейтинг	Подробная информация об организациях, фото, отзывы, посещаемость, рейтинг	Только режим работы организаций	Подробная информация об организациях. Ежемесячные обновления
Дорожные события	Более детальная карта пробок с временной шкалой загруженности дорог и весьма точная схема движения транспорта с обновлением в режиме реального времени	Присутствует подробная карта дорожных пробок, временная шкала загруженности, но в то же время содержится минимум информации о транспортных путях в пределах населенного пункта	Нет	Присутствует подробная карта дорожных пробок

Обобщая данные табл. 1, можно отметить, что при построении тура по Беларуси удобнее всего использовать ресурс Яндекс Карты. Актуальная информация, удобный интерфейс с голосовым помощником и шкала загруженности дорог помогут быстро и комфортно добраться до нужного места назначения. Важным достоинством является панорамный обзор улиц, с помощью которого можно заранее просмотреть места, где вы планируете путешествие, при помощи функции «Зеркала» возможно проехать по улицам населенного пункта, рассмотреть маршрут, совершая виртуальный тур. Кроме того, ресурс позволяет узнать информацию об организациях, описание достопримечательностей, есть неплохая система отзывов. Можно отметить наличие отдельных слоев с возможностью выбора мест общественного питания и средств размещения с выбором при помощи фильтра своих предпочтений. В других системах такой функции нет. Еще одним важным подспорьем для самостоятельных туристов является возможность прокладывания маршрута различными видами транспорта. При этом система неплохо дает подсказки по движению общественного транспорта.

Неплохим подспорьем при составлении маршрута для путешественника может стать и Google Maps, хотя точность отображения информации в данной системе уступает Яндекс Картам, особенно в небольших населенных пунктах. К сожалению, в отличие от стран

Европы и Америки, в Беларуси функция «Просмотр улиц» практически не работает, есть только возможность просмотреть фотопанорамы. Тем не менее стоит отметить подробную информацию о достопримечательностях, организациях, правда не всегда актуальную. Проложить маршрут можно на машине, велосипеде, пешком. Маршруты общественного транспорта хорошо рассмотрены в крупных городах или между населенными пунктами.

Maps.Me в первую очередь используется в тех случаях, когда нет возможности подключиться к сети Интернет. Скачав заранее карты Республики Беларусь, можно без проблем путешествовать по всей территории офлайн, что удобно многим туристам. Система позволяет получить основную информацию, но имеет мало дополнительных функций.

2ГИС по точности чуть уступает Яндекс Картам, но дает неплохую детализацию, особенно в крупных городах – есть прорисовка мельчайших деталей вплоть до маленьких тропинок, но стоит знать о том, что придется запастись памятью на телефоне, так как карта для офлайн режима очень много весит. По актуальности информации не уступает Яндекс Картам. Можно увидеть информацию о различных организациях и достопримечательностях, правда не очень подробную. В небольших населенных пунктах, к сожалению, система не всегда работает оптимально.

Туризм – одна из важных сфер как для экономики страны, так и для каждого человека. Многие предпочитают проводить свой досуг, путешествуя, посещая новые места, знакомясь с достопримечательностями. Инновации в индустрии туризма должны быть направлены на формирование нового туристского продукта, активное использование современных информационных технологий, в том числе и ГИС, позволит значительно уменьшить цены на туристские продукты, а значит, увеличит конкурентоспособность туроператоров.

Республика Беларусь богата интересными местами, историческими, культурными и природными достопримечательностями. Использование геоинформационных технологий позволяет туристу оптимально построить маршрут и получить от своего путешествия максимум комфорта.

### Список литературы

1. Макарова, Л. С. Интернет-технологии в туризме / Л. С. Макарова // Актуальные проблемы маркетинга XXI века : материалы междунар. науч.-практ. конф., Минск, 21–22 марта 2019 г. / Институт бизнеса БГУ ; редкол.: Н. В. Черченко, Н. Н. Бондаренко (отв. ред.) [и др.]. – Минск : Институт бизнеса БГУ, 2019. – С. 37–39.
2. Географические информационные системы (ГИС) [Электронный ресурс] – Режим доступа: <http://www.cawater-info.net/bk/13-5.htm#>. – Дата доступа: 25.06.2023.
3. Пушкин, А. А. Геоинформационные технологии в экологическом туризме : пособие для студентов специальности 1-89 02 02 «Туризм и природопользование» / А. А. Пушкин. – Минск : БГТУ, 2014. – 150 с.
4. Васильченко, Е. О. Использование географических информационных систем в туризме / Е. О. Васильченко // Сборник работ 60-й научной конференции студентов и аспирантов Белгосуниверситета : в 3 ч. – Минск : БГУ, 2003. – Ч. 2. – С. 171–174.

## **ВИРТУАЛЬНЫЕ ЭКСКУРСИИ «ДОРОГАМИ УЧЕНЫХ»**

**Э. Л. Малиновская**

Белорусский государственный университет,  
пр. Независимости, 4, 220030, г. Минск, Беларусь,  
emmamalinovs@gmail.com

**Аннотация.** В статье рассматриваются цель, задачи и особенности виртуального проекта «Дорогами ученых». Автор описывает целевую аудиторию и уникальность проекта, созданного в 2023 году сотрудниками Белорусского государственного университета.

**Ключевые слова:** Беларусь, виртуальный проект, ученые БГУ, сетевой ресурс, экскурсии.

**Образец цитирования:** Малиновская, Э. Л. Виртуальные экскурсии «Дорогами ученых» / Э. Л. Малиновская // Перспективы развития туризма в современных условиях: мировые тенденции и региональные контексты : материалы III Междунар. науч.-практ. конф., Минск, 28 сент. 2023 г. / Национальное агентство по туризму ; редкол.: И. Н. Воронович (предс.) [и др.]. – Минск, 2023. – С. 448–453.

## **VIRTUAL EXCURSIONS «ROADS OF SCIENTISTS»**

**E. Malinovskaya**

Belarusian State University,  
Niezaliežnasci Avenue, 4, 220030, Minsk, Belarus,  
emmamalinovs@gmail.com

**Annotation.** The article deals with the purpose, objectives and features of the virtual project «Roads of Scientists». The author describes the target audience and the uniqueness of the project, created in 2023 by the staff of the Belarusian State University.

**Keywords:** Belarus, virtual project, Belarusian State University scientists, network resource, excursions.



**For citation:** Malinovskaya, E. Virtual excursions «Roads of scientists» / E. Malinovskaya // Prospects for the development of tourism in modern conditions: global trends and regional contexts : materials of the III Int. sci.-pract. conf., Minsk, 28 Sept. 2023 / National Agency for Tourism ; ed.: I. Voronovich (chair.) [et al.]. – Minsk, 2023. – P. 448–453.

Проект виртуальных экскурсий «Дорогами ученых» представляет собой мультимедийную интерактивную фотопанораму, которая показывает жизненный путь ученых, их научные контакты, что позволяет увидеть их трудовой путь к научным достижениям, которые они совершили. Инициатива создания проекта принадлежит его руководителю, Эмме Леонидовне Малиновской, заведующей Музеем истории БГУ. В проектную команду также входят Светлана Геннадьевна Долок, аспирант исторического факультета БГУ, Ольга Геннадьевна Казанцева, заместитель декана ФПМИ БГУ на общественных началах по учебно-воспитательной работе и социальным вопросам. Проект был запущен на платформе [map.bsu.by](http://map.bsu.by) (рис.1) и был презентован широкой общественности в апреле 2023 года на XX Республиканской выставке научно-методической литературы, педагогического опыта и творчества учащейся молодежи.



**Рис. 1. Map.bsu.by**

Целью проекта является формирование у экскурсантов мотивации к профессиональной деятельности, патриотических чувств на основе расширения представлений о жизни и деятельности интеллектуальной элиты страны. Актуальность проекта основана на организации эвристической (обучение через открытие), продуктивной деятельности каждого участника идеолого-воспитательного процесса, что приводит

к созданию участником собственных смыслов, развитию коммуникативных, эвристических качеств личности, обеспечивает самореализацию и саморазвитие. Контент виртуальной экскурсии позволяет сформировать активную гражданскую позицию, духовно-нравственные ценности у экскурсантов.

Целевая группа проекта – в основном школьники старших классов, абитуриенты, студенты, однако деятельность проекта будет также полезна для широкого круга пользователей, интересующихся развитием науки в Беларуси.

Виртуальная экскурсия – программно-информационный продукт, предназначенный для интегрированного представления видео-, аудиографической и текстовой информации. Это мультимедийная фотопанорама, которая в отличие от видео или обычной серии фотографий обладает интерактивностью.

Для обеспечения функционирования проекта существуют 3 направления деятельности:

- научная группа – создание текстового контента виртуальной экскурсии;
- творческая техническая группа – разработка технической интерактивной программы для визуализации экскурсии, дизайн;
- пресс-служба – ведение информационных ресурсов проекта.

Один из глобальных трендов современности состоит в том, что пользователи стремятся получить больше разнообразной информации за короткий промежуток времени. Это подтверждается ростом популярности Twitter и TikTok, появлением Reels в популярных соцсетях.

Раньше в большей степени для процесса познания была характерна ориентация на глубокие экспертные и большие обучающие материалы. Теперь доминирует тенденция к более короткой и емкой подаче, аттрактивности и плотности контента. Во время локдауна стали популярны виртуальные экскурсии, а интерес к онлайн-путешествиям вырос на 50 %. Среди множества сетевых ресурсов, объединяющих образовательный процесс с реальной жизнью и обеспечивающих студентам и экскурсантам знакомство с предметами и явлениями в их естественном окружении через их непосредственные наблюдения, – виртуальные экскурсии, которые позволяют погрузиться в изучение темы всецело, можно бесплатно посетить, не выходя из дома. Виртуальную экскурсию можно рассматривать как организационную форму обучения, отличающуюся от реальной экскурсии виртуальным отображением реально

существующих объектов с целью создания условий для самостоятельного наблюдения, сбора необходимых фактов и т. д. Виртуальную экскурсию можно сопроводить дополнительно аудио- и видеофайлами. Виртуальные экскурсии – понятие новое, в методическом плане – инновационная форма обучения. Благодаря виртуальным экскурсиям образовательный процесс становится более разнообразным, интересным, эффективным. Эта технология позволяет реализовывать принципы научности и наглядности в процессе обучения.

В проекте были задействованы основные вехи биографий, а также сведения о весомом вкладе «людей БГУ» в становление и развитие науки и образования Беларуси, и других сфер – народного хозяйства, искусства, культуры. Данные биографии позволили увидеть не столько образовательный потенциал, сколько личностный резерв, полученный в процессе становления личности ученого. Таким образом, увековечивается память об интеллектуальной элите Беларуси [1, 2]. Кроме того, это возможность «приблизить» человека, «оживить» его, показать не забронзовевшую фигуру ученого на постаменте, а обыкновенного человека со своими нуждами, потребностями, проблемами и болезнями. Виртуальная экскурсия дает возможность попасть в любое из тех мест, где побывал ученый, и сделать попытку его состояние. Текстовый контент верифицирован на всех объектах экскурсии и удобен для чтения и воспроизведения при наведении на объект:

С начала 1920-х годов Минская еврейская больница на улице Губернаторской (ныне улица Ленина) стала именоваться 1-й Советской. В конце 1922 – начале 1923 года на базе этой больницы были открыты первые клиники лечебного факультета, она стала основной базой подготовки врачей лечебного факультета БГУ, а с 1930 года – Минского медицинского института. В госпитале располагались следующие университетские клиники: первая пропедевтическая терапевтическая клиника с клинической лабораторией и клиника пропедевтической хирургии, глазных, оториноларингологических, носовых и профессиональных болезней, а также патологоанатомический и рентгенологический кабинеты.

На начальном этапе существования БГУ больница поставляла макрообъекты для практических занятий по патологической анатомии, а студенты слушали лекции в клубе медицинских работников больницы. Сегодня это 3-я городская клиническая больница имени Ю. Ю. Клумова (ул. Ленина, 30) (фрагмент экскурсии проекта).

Виртуальные экскурсии на основе биографии ученого позволяют приблизить их деятельность и вклад в науку к обычным людям, создается своеобразный эффект присутствия в жизни ученого, что, в свою очередь, значительно расширяет кругозор экскурсантов (рис. 2). Текстовый контент виртуальной экскурсии дает возможность экскурсантам сделать собственные открытия. Каждый географический пункт, связанный с деятельностью того или иного ученого сопровождается подробным описанием.



**Рис. 2. Фрагмент экспозиции проекта «Дорогами ученых»**

Социальная значимость виртуальных экскурсий заключается в доступности информации для всех экскурсантов, в том числе и с ограниченными возможностями здоровья. Далеко не каждый может посетить тот или иной объект в реальной жизни, а благодаря виртуальным экскурсиям это становится возможным. Огромную роль в активизации деятельности во время виртуальных экскурсий играет поисковый метод. Экскурсанты не просто знакомятся с материалами экспозиций, но и занимаются активным поиском информации. Это достигается путем постановки проблемных вопросов перед экскурсией либо получением определенных творческих заданий. Использование виртуальных экскурсий формирует потребности всех категорий студентов и экс-

курсантов в получении информации при помощи доступных средств, повышает мотивацию к познанию, формирует активную личностную позицию в окружающем мире.

Особая актуальность проекта «Дорогами ученых» состоит в том, что его результаты предназначены для широкого круга пользователей, интересующихся историей и развитием образования и науки Беларуси. Подобный электронный ресурс станет одновременно увлекательным путешествием и образовательным модулем, удобным и доступным для всех категорий экскурсантов без ограничений во времени и пространстве. Таким образом, проект вносит вклад в развитие туристической индустрии, используя современные коммуникативные технологии для решения образовательных и рекреационных задач современных потребителей.

### **Список литературы**

1. Интеллектуальная элита Беларуси. Основоположники белорусской науки и высшего образования (1919–1941) / С. В. Абламейко [и др.] ; под общ. ред. С. В. Абламейко, науч. ред. О. А. Яновский. – Минск : БГУ, 2017. – 302 с.
2. Интеллектуальная элита Беларуси. Основоположники белорусской науки и высшего образования (1919–2001) / А. Д. Король [и др.] ; под общ. ред. А. Д. Короля ; науч. ред. О. А. Яновский. – Минск : БГУ, 2021. – 320 с.

## **АЎДЫЯГІДЫ КРОКАМ У ІНДУСТРЫІ БЕЛАРУСКАГА ТУРЫЗМУ**

**М. М. Слесарава, Ю. С. Гецэвіч, А. У. Унучак,  
Н. В. Анофранка, А. Я. Драгун, А. А. Бакуновіч**

Дзяржаўная навуковая ўстанова «Аб'яднаны інстытут праблем  
інфарматыкі НАН Беларусі», вул. Сурганава, 6, 220012,  
г. Мінск, Беларусь, ssrlab221@gmail.com

**Анотацыя.** Дадзены артыкул прысвечаны апісанню патэнцыялу прымянення інтэрактыўных аўдыягідаў у турыстычнай сферы. У артыкуле прадстаўлена анлайн-платформа Krokam, распрацаваная лабараторыяй распазнавання і сінтэзу маўлення АПП НАН Беларусі. Яна змяшчае набор аўдыягідаў, якія прадстаўляюць розныя культурныя мясціны і славукасці, гістарычныя падзеі, музейныя выставы і экспанаты.

**Ключавыя словы:** аўдыягід, турызм, выстава, экспазіцыя, музей, славукасць, культурна-гістарычная спадчына.

**Узор цытавання:** Аўдыягіды Krokam у індустрыі беларускага турызму / М. М. Слесарава [і інш.] // Перспективы развития туризма в современных условиях: мировые тенденции и региональные контексты : материалы III Междунар. науч.-практ. конф., Минск, 28 сент. 2023 г. / Национальное агентство по туризму ; редкол.: И. Н. Воронович (предс.) [и др.]. – Минск, 2023. – С. 454–463.

## **KROKAM AUDIO GUIDES IN THE BELARUSIAN TOURISM INDUSTRY**

**M. Slesarava, Ju. Hetsevish, A. Unuchak, N. Anofranka,  
A. Dragun, A. Bakunovich**

State Scientific Institution «United Institute of Informatics Problems  
of the National Academy of Sciences of Belarus»,  
6 Surganova Street, 220012,  
Minsk, Belarus, ssrlab221@gmail.com

**Annotation.** This article describes the potential of using interactive audio guides in the tourism. It presents an online platform Krokam, developed by the Speech Synthesis and Recognition Laboratory of the UIIP of NASB. It contains a set of audio guides representing various cultural places and sites, historical events, museum exhibitions and exhibits.

**Keywords:** audio guide, tourism, exhibition, exposition, museum, landscape, cultural and historical heritage.

**For citation:** Krokam audio guides in the belarusian tourism industry / M. Slesarava [et al.] // Prospects for the development of tourism in modern conditions: global trends and regional contexts : materials of the III Int. sci.-pract. conf., Minsk, 28 Sept. 2023 / National Agency for Tourism ; ed.: I. Voronovich (chair.) [et al.]. – Minsk, 2023. – P. 454–463.

Інфармацыйна-культурная прастора выступае неабходнай крыніцай развіцця духоўнасці і сацыяльных якасцей грамадства, якія фарміруюць светапогляд і ўдасканалваюць сістэму каштоўнасцяў, далучаюць да культуры і спрыяюць развіццю суцэльнай асобы. Пад інфармацыйнай культурай разумеецца здольнасць чалавека эфектыўна выкарыстоўваць рэсурсы і сродкі інфармацыйных камунікацый, а таксама прымяняць дасягненні ў галіне інфармацыйных тэхналогій для гэтых мэтаў. Гэта спрыяе бесперапыннаму ўзаемадзеянню ўдзельнікаў інфармацыйнага абмену па-за межамі геаграфічных і часавых абмежаванняў і стымулюе міжкультурную камунікацыю.

Да падобных інфармацыйных тэхналогій адносяцца і сучасныя аўдыягіды – зручны варыянт для самастойнага знаёмства з разнастайнымі славукасцямі, якія дазваляюць сабраць у адным месцы карты, аўдыя, фота і тэкставую інфармацыю. Сучасныя мабільныя гіды павінны спалучаць у сабе інтэрактыўнасць, даступнасць, інфарматыўнасць і прафесійны кантэнт з дакладных крыніц. Гэта садзейнічае самасвядомасці ўсіх тых, хто карыстаецца сродкамі алічбаванай інфармацыі. Інтэрактыўныя аўдыягіды маюць шэраг пераваг над звыклымі экскурсіямі ў суправаджэнні экскурсаводаў ці друкаваных спадарожнікаў. Перш за ўсё гэта самастойнае наведванне і знаёмства з выбранымі аб'ектамі і мясцовасцямі ў зручным тэмпе. Немалаважную ролю адыгрывае магчымасць адхілення ад запланаванага маршрута экскурсіі, яго прыпынення і аднаўлення ў любым месцы. Таксама мультымоўнасць

і нізкі кошт падобных праграм прыцягваюць розныя групы турыстаў, у тым ліку і іншамоўных, асабліва за неабмежаванасць іх карыстаннем па часе і аб'ёме. Надаюць увагу і таму факту, што аўдыягіды ўтрымліваюць інфармацыю пра вялікую колькасць аб'ектаў і галерэю фота, таму кожны карыстальнік можа атрымаць звесткі, якія яго цікавяць. Усё гэта сведчыць аб вялікіх перспектывах развіцця дадзеных тэхналогій у сферы турызму.

Супрацоўнікі лабараторыі распазнавання і сінтэзу маўлення АПП НАН Беларусі [1] пры падтрымцы спецыялістаў Інстытута гісторыі НАН Беларусі на працягу апошніх пяці гадоў займаюцца распрацоўкамі інтэрактыўных аўдыягідаў па аглядзе культурна-гістарычных славутасцяў Рэспублікі Беларусь. Найбольш значныя распрацоўкі змяшчаюцца на агульнай анлайн-платформе KrokAmm, якая прадстаўляе такія праграмы, як аўдыягід па археалагічным музеі «Бярэсце», аўдыягід па міжнароднай выставе «Беларусь і Біблія», аўдыягід па музею НАН Беларусі, Аўдыягід «Лідскі замак», аўдыягід па друкарнях ВКЛ на тэрыторыі Беларусі, аўдыягід па XXVI Міжнародным форуме па інфармацыйна-камунікацыйных тэхналогіях ТІБО-2019 (ТІВО), аўдыягід Krokarr па ўсёй Беларусі і «Навігатар па рыбных зімавальных ямах» [2]. Усе прадстаўленыя распрацоўкі асвятляюць розныя культурныя мясціны, гістарычныя падзеі, музейныя выставы і экспанаты, што дазваляе карыстальніку абраць неабходнае згодна сваім інтарэсам. Кожны з аўдыягідаў адлюстроўвае спіс славутасцей/мясцін/экспанатаў, дае іх кароткае тэкставае і/ці агучанае апісанне і іх лакацыю на мапе. Яшчэ адной важнай асаблівасцю кожнага асобнага аўдыягіда з'яўляецца наяўнасць трох версій для розных платформ: вэб-версія, Android, IOS. Для яе выбару неабходна клікнуць на спасылцы і сістэма аўтаматычна пераадрасуе на выбраную версію.

Krokam мае тэхнічныя, эканамічныя і сацыяльныя перавагі. Да тэхнічных адносяцца такія пункты, як зручнасць у карыстанні ўсімі аўдыягідамі; непатрэбнасць у дадатковай тэхнічнай інфраструктуры для сістэмы аўдыягідаў; сістэматызаванае адлюстраванне гарадоў/мясцін/экспанатаў, прадстаўленых у праграмах; хуткае абнаўленне базы даных з дапамогай вэб-дапаможніка ў рэальным часе; лёгкасць рэалізацыі і дабаўлення новых/дадатковых славутасцяў/экспанатаў.

Да эканамічных перавагаў адносяцца магчымасць хуткага перабудавання праграмы для выкарыстання ў любой іншай сістэме; мінімальны

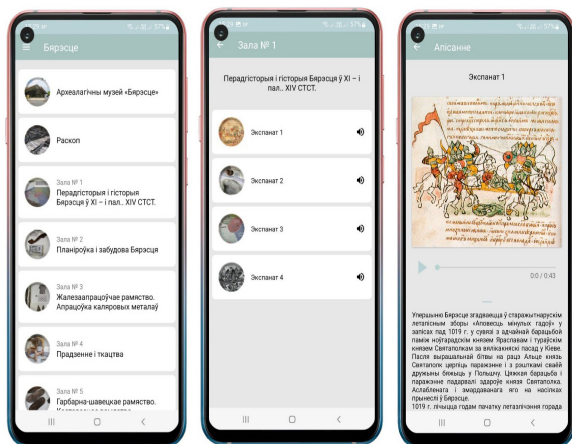


набор рэсурсаў на распрацоўку, як фінансавых, так і чалавечых; якасны сродак дапамогі наяўным экскурсаводам для ахопу вялікай колькасці айчынных і замежных наведвальнікаў праз выкарыстанне аўдыягіда без запрашэння дадатковых экскурсаводаў.

Сацыяльныя перавагі – гэта даступнасць любой версіі (Windows, Android, iOS); падтрымка некалькіх моў (беларуская, англійская, руская, польская, кітайская і інш. у залежнасці ад аўдыягіда), опцыя дабаўлення іншых моў; магчымасць скарыстаць аўдыягід у зручны час без прывязкі да свабоднага экскурсавода; самастойнае планаванне маршрута асабістай экскурсіі; павышэнне якасці абслугоўвання ў турыстычнай сферы.

Важную ролю ў распрацоўцы аўдыягідаў адыгрывае інфармацыйная частка аўдыягідаў (кантэнт), якая падрыхтавана супольна з супрацоўнікамі музеяў, Інстытута гісторыі НАН Беларусі. Кантэнт праекта ўключае падрыхтоўку электроннага тэксту і выяў аб’екта кантэнт-правайдэрам. Першаснай мовай падрыхтоўкі тэксту з’яўляецца беларуская, далей інфармацыя правяраецца на гістарычную праўдзівасць і перакладаецца на замежныя мовы з захаваннем асаблівасцей беларускай транслітарацыі. Загрузка даных для мабільных праграм, такіх як выявы і аўдыя- і відэафайлы, а таксама праверка аднаўленняў, адбываюцца не толькі пры дапамозе стандартных бібліятэк Java для Android, але і іншых бібліятэк – Apache, Picasso.

Разнастайнасць змешчаных на платформе Krokam аўдыягідаў абумоўлена запатрабаванасцю і зацікаўленасцю музеяў/выстаў у распрацоўцы асабістых гідаў для іх папулярызачыі. Так, *аўдыягід па археалагічным музеі «Бярэсце»*, адзіным у Еўропе музеі сярэднявковага ўсходнеславянскага горада, падтрымлівае 5 моў: беларускую, рускую, англійскую, польскую, кітайскую [3]. На дадзены момант у ім прадстаўлены 67 экспанатаў, размешчаныя ў 13 залах, а таксама галоўны экспанат музея – археалагічны раскоп плошчай 118 квадратных метраў (мал. 1). Кожны экспанат мае невялікае апісанне, фотаздымак і дыктарскае агучванне на 5 мовах. Для пазіцыянавання па аб’ектах праз аўдыягід у кожнай зале музея пазначаны QR-код, каб карыстальнікі, счытаўшы яго, маглі візуальна і вербальна пазнаёміцца з аб’ектамі ў канкрэтным месцы [4].



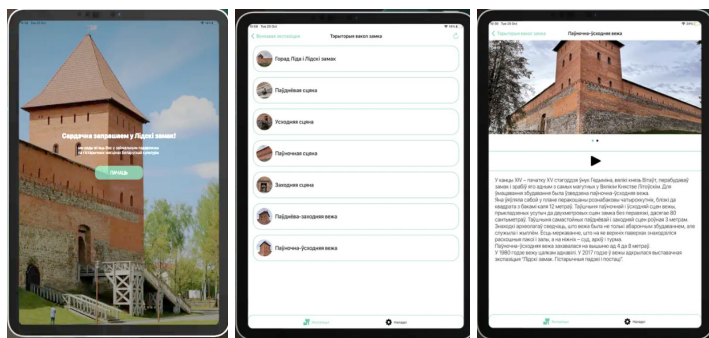
Мал. 1. Android-версія аўдыягіда па археалагічным музеі «Бярэсце»

Аўдыягід па міжнароднай выставе «Беларусь і Біблія» прысвечаны ўнікальнаму міжнароднаму выставачнаму праекту «Беларусь і Біблія» [5]. Ён быў арганізаваны Нацыянальнай бібліятэкай Беларусі і Групаў даследавання рукапісаў (ЗША) [6]. Экспазіцыя аўдыягіда адлюстроўвае гісторыю Бібліі ад ранніх каштоўных рукапісаў да сучаснасці. І на сённяшні дзень з дапамогай аўдыягіда можна пазнаёміцца з піктаграфічнымі і клінапіснымі таблічкамі Месапатаміі (3–2 тыс. гадоў да н. э.), папіруснымі фрагментамі «Іліяды» Гамера (1 ст. н. э.), байкамі Эзопа (1 ст. да н. э. – 1 ст. н. э.), сярэднявечнымі манускрыптамі на пергаменце, калекцыяй разнастайных твораў, першадрукаванымі біблейскімі тэкстамі, кнігамі часоў Рэфармацыі, першымі перакладамі Бібліі на нацыянальныя мовы паліглотамі і ілюстраванымі Бібліямі. Такая выстава ўпершыню прадстаўлялася ў Беларусі, дзе экспанаваліся рарытэты сусветнай значнасці, узрост якіх дасягае 5 тыс. гадоў. Менавіта таму можна ўявіць значнасць выставы і ацаніць магчымасць яшчэ раз дакрануцца да сусветнай гісторыі.

Нацыянальная акадэмія навук Беларусі (НАН Беларусі) мае свой уласны музей, які прадстаўляе разнастайныя экспанаты, прысвечаныя розным навуковым напрамкам. Кожны наведвальнік можа пазнаёміцца з экспанатамі распрацовак у галінах энергетыкі і оптаэлектронікі, космасу, інфармацыйных тэхналогій, аграпрамысловасці, галаграфіі і

асабіста з гісторыяй НАН, выкарыстаўшы Аўдыягід па музеі Нацыянальнай акадэміі навук [7]. Аўдыягід дапаможа атрымаць большае разуменне навуковай дзейнасці арганізацыі, якая ажыццяўляе каардынацыю і правядзенне фундаментальных і прыкладных навуковых даследаванняў, садзейнічае распрацоўкам па важнейшых напрамках прыродазнаўчых, тэхнічных, гуманітарных, сацыяльных навук і мастацтваў у мэтах атрымання новых ведаў аб чалавеку, грамадстве, прыродзе і штучна створаных аб'ектах, для павелічэння навукова-тэхнічнага, інтэлектуальнага і духоўнага патэнцыялу Рэспублікі Беларусь.

Аўдыягід па Лідскім замку з'яўляецца каштоўным інструментам для азнаямлення з аб'ектамі адзінага на тэрыторыі Беларусі дзеючага замка-кастэля [8]. Ён пагрузіць наведвальніка ў гістарычную атмасферу Лідскага замка, прадэманструе экспазіцыі вонкавага агляду, веж Гедыміна і Вітаўта (мал. 2). Кожная экспазіцыя прадстаўляе выяву экспаната ці часткі замка, кароткае тэкставае апісанне і агучаны аўдыяфайл на абранай мове. Праграма даступна ў вэб- і iOS-версіях на беларускай, англійскай, літоўскай, рускай, польскай і кітайскай мовах.



Мал. 2. iOS-версія аўдыягіда Лідскі замак

Усім зацікаўленым гісторыяй беларускай пісьменнасці варта пазнаёміцца з Аўдыягідам Druk VKL [9]. У ім змяшчаецца апісанне друкарняў Вялікага Княства Літоўскага: Вільня, Берасце, Нясвіж, Лоск, Цяпіна, Заблудаў, Любча. Druk VKL распавядзе, якая друкарня была першай на тэрыторыі сучаснай Беларусі, а якая ўпершыню пачала выкарыстоўваць кірыліцу ў сваіх выданнях. Карыстальнікі даведваюцца, дзе надрукавалі першую кнігу на тэрыторыі сучаснай

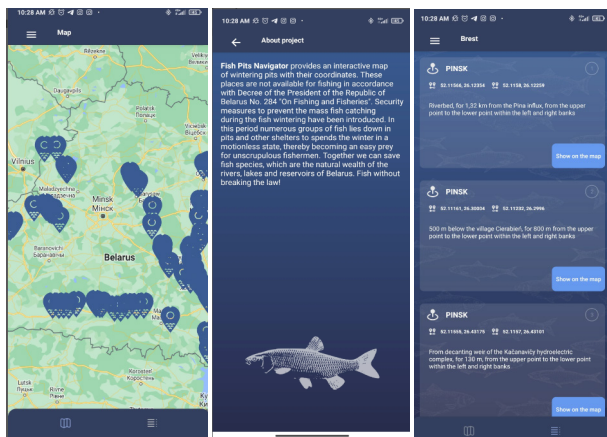
Беларусі, дзе быў выдадзены Статут ВКЛ, хто з беларускіх палітычных дзеячаў ахвяраваў гадавы даход з усіх сваіх маёнткаў на выданне Бібліі і шмат іншага пра гісторыю Беларусі і кнігадрукавання. Дадзены сэрвіс распрацаваны да 500-годдзя беларускага кнігадрукавання і Беларускай Бібліі.

Адной з найбольш цікавых падзей у навуковым асяроддзі, прысвечаных тэхнічным і тэхналагічным інавацыям, з'яўляецца штогадовы Рэспубліканскі форум «ЦІБА». Ён уяўляе сабой пляцоўку для абмену новымі дасягненнямі і перадавым вопытам у сферы камп'ютарных і інфармацыйных тэхналогій. Так, у 2022 г. лабараторыя распазнавання і сінтэзу АІПІ НАН Беларусі прадстаўляла праект Крокам у межах правядзення X Міжнароднай навукова-практычнай канферэнцыі «Алічбаваная культура» на базе форуму. А ў 2019 г. мы стварылі Аўдыягід па XXVI Міжнародным форуме па інфармацыйна-камунікацыйных тэхналогіях ЦІБА-2019 (ТІВО) [10]. Наведвальнікі форуму віртуальна пазнаёміліся з экспазіцыяй выставы наступных напрамкаў: нацыянальная інфармацыйная інфраструктура; інфармацыйна-камунікацыйныя паслугі; комплексныя рашэнні для тэлекамунікацыйных аператараў; паслугі па праектаванні і будаўніцтву тэлекамунікацыйных сетак; лічбавыя тэле-, радыё-, інтэрнэт-вяшчанне і кінавытворчасць; мабільныя сэрвісы і праграмы; інфармацыйныя тэхналогіі ў гарадскім і жыллёва-камунальным сектары; інфармацыйныя тэхналогіі ў сацыяльна-культурнай сферы; геаінфармацыйныя і навігацыйныя тэхналогіі; лічбавыя тэхналогіі ў паліграфічнай і выдавецкай дзейнасці; робататэхніка і інш. Дадзены аўдыягід таксама размяшчаецца на платформе Крокам.

Для вандроўнікаў па турыстычных мясцінах Рэспублікі Беларусь распрацаваны персанальны інтэрактыўны аўдыягід *KrokApp* [11]. Гэта ІТ-платформа, якая спалучае аўдыявізуальную інфармацыю, цікавыя факты і карысныя падказкі разнастайных славунасцей Беларусі падчас руху па маршруце. Аўдыягід прапановае два рэжымы выбару мясцін: аб'екты і мапа Рэспублікі Беларусь, на якой нанесены розныя кропкі па гарадах. Пасля абрання горада, у якім зацікаўлены карыстальнік, праграма выдае спіс мясцін, з якімі можна пазнаёміцца. Апісанне кожнай кропкі пацвярджаецца афіцыйнымі навуковымі крыніцамі. Інфармацыя прадстаўлена ў аўдыя-, фота- і тэкставым фармаце: можна як праслухаць, так і прачытаць яе апісанне. Кантэнт даступны на трох мовах: беларускай, англійскай, рускай. Ужо распрацаваны прататып для чэшскай і кітайскай моў. Аўдыягід накіраваны на забеспячэнне

якаснага сэрвісу і прадстаўлення гарадоў, населеных пунктаў і іншых мясцін з мэтай фарміравання зацікаўленасці гісторыка-культурнай спадчынай у мясцовых жыхароў і замежнікаў [12].

Крокам таксама змяшчае якасны сэрвіс для ўсіх аматараў рыбалкі «Навігатар па рыбных зімавальных ямах» [13]. Гэта інтэрактыўная мапа размяшчэння зімавальных ям з указаннем іх геаграфічных каардынат. Дадзеныя месцы недаступныя для рыбалкі адпаведна Загаду Прэзідэнта Рэспублікі Беларусь № 284 «Аб рыбалоўстве і рыбалоўнай гаспадарцы». Ахоўныя меры ўведзеныя з мэтай прадукцыйнага масавага лоўлі рыбы ў перыяд зімоўкі, калі яна шматлікімі групамі залягае ў ямах і іншых сховішчах і праводзіць зімовы перыяд у нерухомым стане, становячыся лёгкай здабычай для нядобрасумленых рыбалоўаў. Сэрвіс распрацаваны з мэтай захавання відаў рыб, якія з’яўляюцца прыродным багаццем рэк, азёр і вадасховішчаў Беларусі. На афіцыйным сайце навігатора размяшчаюцца інтэрактыўная мапа з адзначанымі ямамі і непасрэдным спіс вобласцей і рэк з апісаннем каардынат пачатку і канца зімавальных ям. Аўдыягід прадстаўлены на трох мовах (беларуская, руская, англійская) і даступны для спампавання на Web, Android, iOS (мал. 3)



Мал. 3. Інтэрфейс навігатора па рыбных зімавальных ямах

Такім чынам, сучасныя мабільныя праграмы, створаныя для смартфонаў, – гэта інавацыйны сродак стымулявання ўнутранага турызму прасоўвання разнастайных практаў. Спрашчэнне камунікацыі паміж

карыстальнікам і аўдыягідам, эканамічная выгада і зручнасць выкарыстання сведчаць аб перспектывным развіцці дадзеных тэхналогій. Таму праект Krokam накіраваны на забеспячэнне якаснага сэрвісу і прадстаўлення гісторыка-культурнай спадчыны гарадоў і мясцін Беларусі, гістарычных падзей, а таксама музейных экспанатаў. Платформа дае магчымасць развіваць рэкламу для прасоўвання малавядомых рэгіянальных аб'ектаў культурнай і гістарычнай значнасці, павышае ўзровень нацыянальнай самасвядомасці жыхароў Беларусі і прыцягвае ўвагу да славатасцей, якія знаходзяцца ў аварыйным стане (аб'екты доўгладства). Пашырэнне сувязей з беларускімі навукоўцамі, філолагамі і выкладчыкамі садзейнічае стварэнню і распрацоўцы новых аўдыягідаў для краязнаўчых музеяў, выстаў і іншых арганізацый з мэтай узбуйнення і павелічэння свядомасці беларускай супольнасці аб разнастайных распрацоўках для захавання культурна-гістарычнай спадчыны.

Стварэнне новых аўдыягідаў і дабаўленне кантэнту ў існуючыя ўзбуйняе платформу і пашырае патэнцыял іх выкарыстання. У перспектыве распрацоўшчыкі арыентуюцца на папаўненне рэсурсаў і опцыі Krokam. Так, опцыя дабаўлення ўласнай інфармацыі ў KrokApp для экскурсаводаў, краязнаўцаў, гісторыкаў і простых турыстаў пашырыць магчымасць выкарыстоўваць аўдыягід у сваіх мэтах. Немалаважнай задачай з'яўляецца адаптаванне кантэнту Krokam для іншых моў (польскай, украінскай, літоўскай, латышскай, нямецкай і г. д.) для прыцягнення замежных турыстаў і папулярызацыі беларускай культуры па-за межамі Рэспублікі Беларусь. Зараз распрацоўшчыкі працуюць над зборам зваротнай сувязі ад карыстальнікаў, што ў сваю чаргу будзе садзейнічаць паляпшэнню якасці прыкладанняў і пашырэнню яго функцыянальных магчымасцей.

### Спіс літаратуры

1. Лабараторыя распазнавання і сінтэзу маўлення [Электронны рэсурс]. – 2020. – Рэжым доступу: <https://ssrnlab.by>. – Дата доступу: 18.02.2020.
2. KROKAM па тутэйшым краі і ваколіцах з вашым асабістым аўдыягідам [Электронны рэсурс]. – 2021. – Рэжым доступу: <https://krokam.com>. – Дата доступу: 01.03.2020.
3. Аўдыягід па археалагічным музеі «Бярэсце» [Электронны рэсурс]. – 2020. – Рэжым доступу: <https://krokam.com/biarescie>. – Дата доступу: 10.03.2020.

4. Аўдыягід для археалагічнага музея горада Брэста «Бярэсце» (Беларусь) / Э. У. Русецкая [і інш.] // Молодежь в науке – 2020 : тез. докл. XVII Междунар. науч. конференции, Минск, 22–25 сентября 2020 г. / редкол.: В. Г. Гусаков (гл. ред.) [и др.]. – Минск, 2020. – С. 403–406.
5. Аўдыягід па міжнароднай выставе «Беларусь і Біблія» [Электронны рэсурс]. – 2018. – Рэжым доступу: <https://krokom.com/belarus-bible>. – Дата доступу: 10.03.2018.
6. Рэалізацыя бесперапыннай даступнасці гісторыка-культурных экспанатаў выставы «Беларусь і Біблія» з дапамогай аўдыягідаў / Ю. Гецэвіч [і інш.] // Евангельская царква Беларусі: гісторыя і сучаснасць / Мінская багаслоўская семінарыя Саюза евангельскіх хрысціян баптыстаў у Рэспубліцы Беларусь ; пад рэд. П. І. Асенека [і інш.]. – Мінск : ПВУП «Пазітыў-цэнтр», 2021. – С. 404–412.
7. Аўдыягід па музеі Нацыянальнай акадэміі навук Беларусі [Электронны рэсурс]. – 2022. – Рэжым доступу: <https://krokom.com/NASBelarus>. – Дата доступу: 18.03.2021.
8. Аўдыягід «Лідскі замак» [Электронны рэсурс]. – 2023. – Рэжым доступу: <https://lida-zamak.krokom.by>. – Дата доступу: 20.05.2023.
9. Druk VKL [Электронны рэсурс] // Google play. – 2021. Рэжым доступу: <https://play.google.com/store/apps/details?id=by.ssrlab.druk&hl=be>. – Дата доступу: 18.01.2020.
10. Аўдыягід па XXVI Міжнароднаму форуму па інфармацыйна-камунікацыйных тэхналогіях ТІБО-2019 (ТІВО) [Электронны рэсурс]. – 2020. – Рэжым доступу: <https://krokom.com/tibo2019>. – Дата доступу: 27.12.2021.
11. KrokApp – персанальны аўдыягід па гарадах Беларусі [Электронны рэсурс]. – 2022. – Рэжым доступу: <http://krokapp.by>. – Дата доступу: 26.09.2021.
12. Персанальны аўдыягід KrokApp па гісторыка-культурных мясцінах Беларусі / Э. У. Русецкая [і інш.] // Веснік сувязі. – 2021. – Спецвыпуск. – С. 31–33.
13. Навігатар па рыбных зімавальных ямах [Электронны рэсурс] // Fish pits. – 2023. – Рэжым доступу: <https://fish-pits.krokom.by>. – Дата доступу: 20.07.2023.

## **ЦИФРОВАЯ ЭКОСРЕДА ОРГАНИЗАЦИИ ИНДУСТРИИ ТУРИЗМА И ГОСТЕПРИИМСТВА: ПОНЯТИЕ, СТРУКТУРА, УСЛОВИЯ ФОРМИРОВАНИЯ**

**С. В. Чувак**

Учреждение образования «Гродненский государственный  
университет имени Янки Купалы»,  
ул. Ожешко, 22, 230023, г. Гродно, Беларусь, sv\_chuvak@grsu.by

**Аннотация.** В статье рассматриваются подходы к пониманию понятия «экосреда предприятия индустрии туризма и гостеприимства». Представлены основные элементы цифровой экосистемы современных предприятий индустрии гостеприимства.

**Ключевые слова:** цифровая экосреда, организация туризма и гостеприимства, государственно-частное партнерство, система.

**Образец цитирования:** Чувак, С. В. Цифровая экосреда организации индустрии туризма и гостеприимства: понятие, структура, условия формирования / С. В. Чувак // Перспективы развития туризма в современных условиях: мировые тенденции и региональные контексты : материалы III Междунар. науч.-практ. конф., Минск, 28 сент. 2023 г. / Национальное агентство по туризму ; редкол.: И. Н. Воронович (предс.) [и др.]. – Минск, 2023. – С. 464–477.

## **DIGITAL ECO-ENVIRONMENT OF THE TOURISM AND HOSPITALITY INDUSTRY ORGANIZATION: CONCEPT, STRUCTURE, FORMATION CONDITIONS**

**S. Chuvak**

Educational Institution «Yanka Kupala State University of Grodno»,  
Ozheshko Street, 22, 230023, Grodno, Belarus,  
sv\_chuvak@grsu.by



**Annotation.** The article discusses approaches to understanding the concept of «eco-environment of an enterprise in the tourism and hospitality industry». The main elements of the digital ecosystem of modern enterprises in the hospitality industry are presented.

**Keywords:** digital eco-environment, tourism and hospitality organizations, public-private partnership, system.

**For citation:** Chuvak, S. Digital eco-environment of the tourism and hospitality industry organization: concept, structure, formation conditions / S. Chuvak // Prospects for the development of tourism in modern conditions: global trends and regional contexts : materials of the III Int. sci.-pract. conf., Minsk, 28 Sept. 2023 / National Agency for Tourism ; ed.: I. Voronovich (chair.) [et al.]. – Minsk, 2023. – P. 464–477.

Понятие «предпринимательская экосистема», объединившее экономический и биологический термины, становится особенно актуальным в последние годы. В мировом научном сообществе оно уже прочно вошло в обиход и постепенно завоевывает рынки всех стран.

Предпринимательская экосистема – известное понятие в мировом научном и предпринимательском сообществах. По сути, это социально-экономическая среда, влияющая на местное и региональное предпринимательство. Если же рассматривать историю развития экосистемы, то она берет начало в 90-х годах XX века с развития бизнес-экосистем. Джеймс Мур в 90-е годы XX века выдвинул понятие «бизнес-экосистема», которая состоит из отдельных элементов, растущих, умирающих и возвращающихся обратно к жизни. Таким образом, предприятие сравнивалось с биологической экосистемой. Но Джеймс Мур рассматривал только уровень предприятия. Позднее, в 2010 году, журнал Harvard Business Review опубликовал статью профессора Дэниела Айзенберга, описывающую среду, в которой предпринимательство стремится развиваться. Концепция предпринимательской экосистемы была первоначально использована в статье Harvard Business Review, в которой утверждалось, что компании действуют не в одиночку, а в сложной сети взаимоотношений с клиентами, поставщиками и инвесторами. Эта сеть отношений порождает взаимодействия между различными участниками, которые способствуют развитию предпринимательства, инновациям и экономическому росту в регионе, определяющему создание инновационных и быстрорастущих компаний. Таким образом, основная идея предпринимательской

экосистемы заключается в создании благоприятной среды для поддержки инноваций, создании успешных новых предприятий и соответствующем устойчивом росте занятости в регионе [8]. Эта среда основывается на нескольких доменах или основах, в которых развиваются предпринимательские экосистемы. Вот эти шесть основополагающих столпов:

1. Государство (общество): поддержка со стороны администрации и государственных органов как на законодательном уровне, так и на уровне создания правил и инициатив, способствующих предпринимательской деятельности.

2. Финансирование: легкий и быстрый доступ к финансированию – как банковскому, так и частному.

3. Культура: распространение и наглядность историй успеха и создание хорошей репутации для предпринимателей.

4. Поддержка: все эти услуги, ресурсы и инициативы для поддержки предпринимателя.

5. Человеческий капитал: учебные заведения, университеты и обучение предпринимателей.

6. Рынки: создание сетей предпринимателей, наличие первых клиентов, которые тестируют бета-продукты (ранние последователи) и от которых можно получить обратную связь.

Концепция экосистемы приобретает все большее значение в сфере управления технологиями, инновациями и предпринимательством. Есть четыре основных источника исследований, или точек зрения. Первый – это перспектива промышленной экологии, которая основана на концепции промышленных экосистем. Второй подход основан на бизнес-экосистеме, и в ее рамках экосистема определяется как управление платформой. Разработка, внедрение и развитие такой платформы представляет собой третью перспективу исследований. Четвертая точка зрения на понятие предпринимательской экосистемы фокусируется на множестве сетей акторов (участников), которые обеспечивают динамический анализ поведенческих отношений на основе теории социальной сети [1].

Активное внедрение информационных технологий в сферу туризма началось еще с середины 60-х годов прошлого века с появлением глобальных систем бронирования (Global Distribution System GDS) [8]. Затем широкое распространение Интернета привело к созданию множества приложений, позволяющих улучшить информационное

обеспечение туризма. Значительно изменили процессы управления предприятием туристической индустрии специальные программные продукты для туроператоров, турагентов, отелей. Однако всегда речь шла о внедрении информационных технологий в отдельные бизнес-процессы предприятий туристической индустрии. В соответствии с определением, данным международной организацией по стандартизации (International Organization for Standardization, ISO), бизнес-процесс представляет собой устойчивую целенаправленную последовательность взаимосвязанных видов деятельности, которые по заданной технологии преобразуют входы в выходы, представляющие ценность для потребителя. Последовательность взаимосвязанных операций, процедур, действий, выполняемых в рамках определенного бизнес-процесса, направлена на создание новой ценности для потребителя.

Цифровая экономика предполагает цифровизацию и интеграцию бизнес-процессов, происходящих в экономических системах на различных уровнях ее функционирования. В сфере туризма многие бизнес-процессы уже перестроены в соответствии с концепцией развития цифровой экономики, включая системы бронирования, электронную коммерцию, использование мобильных приложений, систем распознавания образов, обработки больших данных и других, что существенно влияет на конкурентоспособность туристических дестинаций и других субъектов туристического рынка [9, 10]. В бизнес-процессах современные предприятия туристической индустрии используют инструменты цифровых технологий, включая программы CRM, 1С, IP-телефонию. На сегодняшний день у таких гигантов, как TUI, Coral Travel, TEZ TUR имеются собственные приложения для смартфонов. Набирают популярность методы взаимодействия с клиентом исключительно посредством приложений. При разработке приложения туроператоры применяют CRM-систему для более удобного взаимодействия менеджеров с клиентами. Актуальным вопросом является внедрение навигационных технологий GPS, позволяющих получать данные о месте нахождения туристического транспорта как менеджерам, так и клиентам.

В области маркетинга в индустрии туризма и гостеприимства искусственный интеллект (Artificial Intelligence, AI) предоставляет возможность перерабатывать громадные объемы данных о клиентах и их потребностях и пожеланиях, на этой основе формировать информацию для улучшения и персонализации услуг, что повысит удовлетворенность клиентов и укрепит их лояльность. Применение чат-ботов

обеспечивает последовательный и функциональный разговор с клиентом в режиме реального времени, адаптируется к вопросам пользователей, позволяет повысить качество обслуживания клиентов, отправляя им полезную информацию в режиме реального времени и при этом используя меньше ресурсов.

Инновационные технологии, в том числе дополненная реальность, геотаргетинг, позволяют генерировать и предоставлять клиентам новые продукты и услуги. Таким образом, цифровая трансформация формирует новый формат индустрии туризма и гостеприимства. Цифровые технологии имеют важное значение для предприятий туристической индустрии всех размеров, изменяют формирование цепочек создания стоимости в туризме. Таким образом, содействие и обеспечение оцифровки в туризме и гостиничном бизнесе является ключевой задачей повышения конкурентоспособности индустрии гостеприимства.

Цифровизация предполагает формирование единого информационного пространства в сфере туризма, которое должно обеспечить потребности всех участников туристической деятельности в получении качественной и достоверной информации. В условиях цифровизации принципиально меняется схема экономических отношений между всеми участниками туристического рынка, в том числе между производителями и поставщиками туристических и гостиничных услуг, потребителями (путешественниками), государством, регулирующим туристическую деятельность и другими элементами, входящими в состав туристической системы. В связи с этим разработка новой экономической бизнес-модели национальной индустрии туризма в форме экосистемы представляется особенно актуальной.

В табл. 1 мы представили основные точки зрения различных авторов о цифровых экосистемах.

**Таблица 1. Понятие цифровой экосистемы**

Автор	Понятие экосистемы
А. А. Архипова	Цифровые экосистемы представляют собой либо набор сервисов, объединенных вокруг одной компании, либо открытые площадки, вокруг которых формируется пул внешних по отношению к самой площадке партнеров, где клиенты могут выбрать любого исполнителя, а иногда и стать исполнителем
В. В. Степанова и др.	Цифровая экосистема представляет собой полиструктурную взаимосвязь основных акторов цифровизации экономики (население, государство, бизнес-структуры) и базовых условий их функционирования

Окончание табл. 1

Ю. М. Акаткин и др.	Экосистема цифровой отрасли – это среда, обеспечивающая условия для инновационного развития и распространения цифровых сервисов, цифровых продуктов, приложений и устройств в конкретном секторе цифровой экономики
Дж. Миилард и др.	Экосистема – среда с понятным набором смоделированных правил, вспомогательных руководств для пользователей, ресурсов и службы поддержки, которые стимулируют сотрудничество представителей всех референтных групп для создания не только общественной ценности, но и ценности для каждого участника в отдельности так, как он ее понимает

Таким образом, цифровая экосистема – это взаимосвязанная и взаимозависимая группа экономических субъектов, которые совместно используют цифровые платформы для взаимовыгодных целей, таких как коммерческая выгода, инновации или общие интересы. За счет синергетического эффекта взаимодействия компаний, объединенных экосистемой, формируется новое качество продуктов и услуг, основанное на эффекте комплементарности. Экосистемы ориентируются на потребности пользователя, позволяя ему получать различные продукты и услуги через единую точку доступа в рамках этой экосистемы.

Цифровые экосистемы базируются на цифровых платформах. В научной литературе существует множество понятий этого термина. Наиболее распространенным является понимание цифровой платформы как совокупности технологий, которые обеспечивают единое информационное пространство для цифрового взаимодействия различных субъектов. Цифровые платформы являются основным инструментарием цифровой экономики, они информационно объединяют большое количество независимых экономических агентов на взаимовыгодных условиях для создания ценности путем осуществления транзакций с различными группами пользователей.

Цифровые платформы обеспечивают:

- формирование единого информационного пространства, в котором происходит бизнес-взаимодействие всех участников цифровой платформы;
- алгоритмизацию всех действий пользователей цифровой платформы;
- получение взаимной выгоды всех участников платформы за счет реализации принципа эффективной взаимозависимости win-win, позволяющей всем участникам добиться большего эффекта за счет синергии;

– минимизацию транзакционных расходов.

На данный момент единая классификация цифровых платформ не сформирована, различные варианты классификации содержатся в работах [4, 13, 15].

По функциональному назначению цифровые платформы можно разделить на три группы:

– инструментальные, представляющие собой аппаратно-программные решения, реализующие технологические операции обработки информации, например Amazon Web Services, являющаяся лидером в предоставлении облачных сервисов, Java, Android OS, iOS, Bitrix, Microsoft Azure и др.;

– инфраструктурные, предоставляющие IT-сервисы, например General Electric Predix, ESRI ArcGIS, ЕСИА, CoBrain Аналитика и др.;

– прикладные, ориентированные на конкретные рынки, например Uber, Facebook, Alibaba, Aliexpress, AirBnB, Booking.com, Avito, Apple AppStore, AviaSales и др.

Цифровые платформенные бизнес-модели позволяют объединять производителей и потребителей услуг, практически нивелируя роль посредников. На основе такого рода прикладных цифровых платформ организована деятельность компании Uber по предоставлению услуг такси, AirBnB по сдаче жилья в аренду, Booking.com по бронированию гостиничных услуг, в которых реализована концепция многие поставщики услуг – многие клиенты.

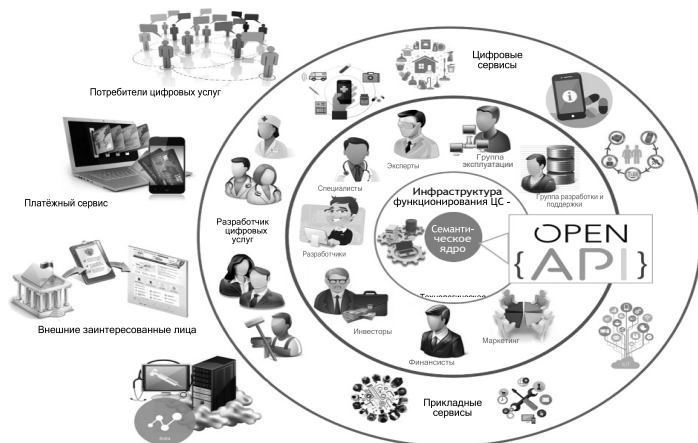
Прикладные цифровые платформы создаются на базе инструментальных и инфраструктурных, например прикладная цифровая платформа Uber функционирует на основе инструментальной платформы Web GL и инфраструктурной Google Maps.

Крупнейшими цифровыми экосистемами являются Alibaba, Alphabet (Google), Amazon, Apple, Facebook, Microsoft, Tencent. На российском рынке активно развивают цифровые экосистемы Сбербанк, Яндекс, Тинькофф, Mail.ru Group, МТС и др.

Обычно цифровые экосистемы формируются на базе крупной компании, которая организует и управляет экосистемой, аккумулирует вокруг себя другие предприятия, производящие комплементарные продукты и услуги, что позволяет создать новый комплексный более ценный для конечного пользователя продукт или услугу. По такому принципу формируются экосистемы Сбербанка, Mail.ru Group и др. Экосистемы принципиально меняют природу сотрудничества

и методы создания дополнительной стоимости. Участники экосистемы создают ценность для конечных пользователей, в результате чего все участники получают доход. В работе Ю. М. Акаткина представлена концептуальная архитектура экосистемы цифровой отрасли, которая включает следующие компоненты [1]:

- семантическое ядро, содержащее полные данные о предметной области, в том числе классификаторы, стандарты, схемы взаимодействия и т. п.;
- технологическую инфраструктуру экосистемы, обеспечивающую функционирование цифровых сервисов;
- пользовательские и прикладные цифровые сервисы;
- персонализированные приборы и устройства Интернета вещей.



**Рис. 1. Концептуальная архитектура цифровой экосистемы**

Формирование отраслевой цифровой экосистемы должно базироваться на платформе, обеспечивающей возможность совместной работы уже существующих цифровых сервисов, объединяющих возможности всех участников рынка.

Основная идея предпринимательской экосистемы заключается в создании благоприятной среды для поддержки инноваций, создания

успешных новых предприятий и соответствующего устойчивого роста занятости в регионе.

Предприятия в туристическом бизнесе все чаще конкурируют между интегрированными сетями туристических поставщиков, а не между отдельными фирмами и цепочками поставок. Сетевые партнеры таких интегрированных сетей состоят из туристов; компании-тур-агенты, которые действуют как поставщики услуг или посредники; органы управления туристической отраслью; поставщики технологий; общественные организации и т. п. Конкуренция в такой ситуации дополняется расширением сотрудничества в целях повышения маневренности, гибкости и эффективности, что часто приводит к созданию атмосферы сотрудничества.

Ориентация на туристическое направление как на более широкий туристический бизнес в рамках экосистемы создает условия, когда «...пункт назначения может развивать обратные экономические связи при наличии критической массы фирм, стратегической инфраструктуры, инклюзивной сети, лидерства, системы навыков, предпринимательства и потока знаний [тогда становится вероятным] создать уникальный набор ключевых компетенций и туристических продуктов».

При таком подходе потребители в туризме рассматриваются как сетевые, активные, информированные и участвуют в сообществах потребителей и совместном создании их туристического опыта; превращаются из «пассивной аудитории» в «активных игроков» в совместном создании потребительской ценности [14].

Более того, услуга предоставляется за счет сложной комбинации организационных ресурсов и все чаще через цепочки поставок или сети.

Типичная цепочка поставок в сфере туризма включает поставщиков всех туристических товаров и услуг, которые доставляются конечным потребителям – туристам. Традиционный подход включает туристов в качестве конечных потребителей. Создание и развитие туристической экосистемы – это шаг к созданию и развитию системы, когда дистрибуция фокусируется не только на распределении туристических продуктов для туристов, но также касается сотрудничества и внутри предприятий в системе. Туризм можно понимать как практику, которая включает в себя сетевое упорядочение людей, природы, материалов, мобильности и культуры; производство, а также потребление различных элементов [10].



Ряд исследователей считает, что «было проделано еще мало работы по изучению влияния правовых, экономических, культурных и других контекстуальных факторов на решение проблемы. Еще меньше внимания уделяется эффекту управления среды по интеграции каналов распределения туризма и устойчивости цепочки создания стоимости в целом». Это указывает на необходимость изучения туристического направления как более широкой бизнес-экосистемы или ценности экологии. Бизнес-экосистемы состоят из клиентов, поставщиков, производителей и других заинтересованных сторон, даже конкуренты взаимодействуют друг с другом для производства взаимодополняющих товаров и услуг в пространстве определенного сегмента рынка [14, 18]. Некоторые исследователи пришли к выводу, что жизнеспособный сдвиг парадигмы при системе экологии ценностей включает в себя переход от заказчика к сотворцу, от ценности продукта к ценности сети, а также от простого сотрудничества и конкуренции к сотрудничеству [10, 13, 15]. Таким образом, мы отразили основные различия между традиционной цепочкой создания турпродукта и экосистемой в индустрии туризма и гостеприимства в табл. 2.

**Таблица 2. Цепочка поставок туризма против экосистемы туристического бизнеса**

Элементы	Цепочка поставок туризма	Экосистема туристического бизнеса
Роль гостя (туриста)	Потребитель	Соавтор
Источник ценности	Продукт	Система
Отношения	Сотрудничество	Сотрудничество и соконкуренция
Бизнес-модель	Иерархическая	Комплексная
Деятельность по координации	Линейная, последовательная	Нелинейная, одновременная

Таким образом, туристические экосистемы являются сложными и постоянно меняющимися объектами, которые развиваются и развиваются с течением времени в ответ на экологические и организационные разработки и требования [18].

Можно сделать вывод о том, что в настоящее время существует ряд объективных предпосылок для формирования национальной цифровой экосистемы туризма и гостеприимства. Прежде всего это достигнутый на данный момент высокий уровень цифровизации

основных бизнес-процессов в индустрии туризма и гостеприимства. Кроме того, смена поколений и появление цифровых путешественников влечет за собой необходимость изменений в информационно-коммуникационной составляющей всех бизнес-процессов в индустрии туризма. Создание национальной экосистемы туризма и гостеприимства будет способствовать развитию внутреннего и въездного туризма, которому государство в настоящее время уделяет большое внимание. Экосистему туризма и гостеприимства целесообразно создавать на условиях государственно-частного партнерства, учитывая интересы как коммерческих структур, так и государства.

На наш взгляд, в индустрии туризма и гостеприимства существуют все предпосылки для создания цифровой экосистемы. В частности, уже цифровизированы многие глобальные для туризма и гостиничного бизнеса процессы, включая сервисы бронирования мест размещения (Booking.com.), бронирования авиабилетов (AviaSales, и др.) и других услуг, оказываемых путешественникам. В оказании различных услуг хорошо зарекомендовал себя YANDEX (такси, доставка еды, погода и т. п.). Успешно развивается отечественная платформа по оказанию и бронированию туристических услуг VETLIVA. Кроме того, большая часть современных туристов относится к категории цифровых, т. е. предпочитает использовать цифровые сервисы и цифровые коммуникации, и в будущем доля таких путешественников будет только увеличиваться.

При формировании экосистемы туристической деятельности следует учитывать то, что в рамках туристической деятельности используются государственные услуги и сервисы, в частности при оформлении виз иностранным туристам и др. В настоящее время информатизация государственных услуг переходит на новый уровень и вместо разрозненных отдельных информационных систем государственных служб и ведомств, региональных органов власти и государственных сервисов создается единая цифровая экосистема государства. Следовательно, национальная экосистема туризма и гостеприимства должна быть связана с ней с точки зрения получения необходимых цифровых сервисов.

С точки зрения туристического бизнеса национальная экосистема туризма и гостеприимства должна учитывать интересы предпринимателей и их коммерческий интерес. Исходя из этого, можно сделать вывод, что национальную цифровую экосистему туризма и гостеприимства целесообразно строить на условиях государственно-частного партнерства.

### Список литературы

1. Цифровая экономика: концептуальная архитектура экосистемы цифровой отрасли / Ю. М. Акаткин [и др.] // Бизнес-информатика. – 2017. – № 4. – С. 17–28.
2. Аликаева, М. В. Теории социально-экономических экосистем: закономерности и тенденции развития [Электронный ресурс] / М. В. Аликаева, Л. О. Асланова, А. А. Шинахов // Вестник ВГУИТ. – 2020. – № 3. – Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/teorii-sotsialno-ekonomicheskikh-ekosistem-zakonomernosti-i-tendentsii-razvitiya>. – Дата доступа: 16.01.2023.
3. Богомазова, И. В. Цифровые сервисы и туристская экосистема в развитии внутреннего туризма [Электронный ресурс] / И. В. Богомазова, Т. Б. Климова // Экономика, Информатика. – 2022. – Т. 49, № 4. – Режим доступа: <https://doi.org/10.52575/2687-0932-2022-49-4-718-730>. – Дата доступа: 01.03.2023.
4. Карпинская, В. А. Экосистема как единица экономического анализа [Электронный ресурс] / В. А. Карпинская // ResearchGate. – Режим доступа: [https://www.researchgate.net/publication/336354509\\_Ecosystem\\_as\\_a\\_unit\\_of\\_economic\\_analysis](https://www.researchgate.net/publication/336354509_Ecosystem_as_a_unit_of_economic_analysis). – Дата доступа: 17.02.2023.
5. Кононова, О. В. Исследование контекстов экосистемы «цифрового туризма» [Электронный ресурс] / О. В. Кононова, Д. Е. Прокудин, Е. Н. Тупикина // Академия. – Режим доступа: [https://www.academia.edu/67693139/%D0%98%D1%81%D1%81%D0%BB%D0%B5%D0%B4%D0%BE%D0%B2%D0%B0%D0%BD%D0%B8%D0%B5\\_%D0%BA%D0%BE%D0%BD%D1%82%D0%B5%D0%BA%D1%81%D1%82%D0%BE%D0%B2\\_%D1%8D%D0%BA%D0%BE%D1%81%D0%B8%D1%81%D1%82%D0%B5%D0%BC%D1%8B\\_%D0%A6%D0%B8%D1%84%D1%80%D0%BE%D0%B2%D0%BE%D0%B3%D0%BE\\_%D1%82%D1%83%D1%80%D0%B8%D0%B7%D0%BC%D0%B0\\_](https://www.academia.edu/67693139/%D0%98%D1%81%D1%81%D0%BB%D0%B5%D0%B4%D0%BE%D0%B2%D0%B0%D0%BD%D0%B8%D0%B5_%D0%BA%D0%BE%D0%BD%D1%82%D0%B5%D0%BA%D1%81%D1%82%D0%BE%D0%B2_%D1%8D%D0%BA%D0%BE%D1%81%D0%B8%D1%81%D1%82%D0%B5%D0%BC%D1%8B_%D0%A6%D0%B8%D1%84%D1%80%D0%BE%D0%B2%D0%BE%D0%B3%D0%BE_%D1%82%D1%83%D1%80%D0%B8%D0%B7%D0%BC%D0%B0_). – Дата доступа: 17.12.2022.
6. Морозов, М. А. Инновационные тренды развития туризма и гостиничного бизнеса в условиях цифровизации [Электронный ресурс] / М. А. Морозов, Н. С. Морозова // ЕГИ. – Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/innovatsionnye-trendy->

- razvitiya-turizma-i-gostinichnogo-biznesa-v-usloviyah-tsifrovizatsii. – Дата доступа: 16.02.2023.
7. Морозов, М. А. Концепция цифровой экосистемы индустрии туризма и гостеприимства [Электронный ресурс] / М. А. Морозов, Н. С. Морозова // Современные проблемы сервиса и туризма. – Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/kontseptsiya-tsifrovooy-ekosistemy-industrii-turizma-i-gostepriimstva>. – Дата доступа: 16.02.2023.
  8. Предпринимательские экосистемы как основа инновационного развития страны [Электронный ресурс] // БЕЛТА. – Режим доступа: <https://www.belta.by/economics/view/predprinimatelskie-ekosistemy-kak-osnova-innovatsionnogo-razvitiya-strany-353503-2019>. – Дата доступа: 23.02.2023.
  9. Раменская, Л. А. Применение концепции экосистем в экономико-управленческих исследованиях [Электронный ресурс] / Л. А. Раменская // Управленец. – 2020. – №4. – Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/primenenie-kontseptsii-ekosistem-v-ekonomiko-upravlencheskih-issledovaniyah>. – Дата доступа: 10.02.2023.
  10. Alvedalen, J. A critical review of entrepreneurial ecosystems research: towards a future research agenda [Electronic resource] / J. Alvedalen, R. Boschma // European Planning Studies. – Mode of access: <https://doi.org/10.1080/09654313.2017.1299694>. – Date of access: 06.02.2023.
  11. The governance of entrepreneurial ecosystems [Electronic resource] / M. G. Colombo [et al.] // Small Bus Econ. – Mode of access: <https://doi.org/10.1007/s11187-017-9952-9>. – Date of access: 20.01.2023.
  12. Cunha, C. Entrepreneurs in rural tourism: Do lifestyle motivations contribute to management practices that enhance sustainable entrepreneurial ecosystems? [Electronic resource] / C. Cunha, E. Kastenholtz, M. J. Carneiro // Journal of Hospitality and Tourism Management. – Mode of access: <https://doi.org/10.1016/j.jhtm.2020.06.007>. – Date of access: 25.01.2023.
  13. Malecki, E. J. Entrepreneurship and entrepreneurial ecosystems [Electronic resource] / E. J. Malecki // Geography Compass. – Mode of access: <https://doi.org/10.1111/gec3.12359>. – Date of access: 16.02.2023.

14. Prats, L. How tourism destinations evolve: The Notion of Tourism Local Innovation System [Electronic resource] / L. Prats, J. Guia, F. X. Molina // *Tourism and Hospitality Research*. – Mode of access: <https://doi.org/10.1057/thr.2008.24>. – Date of access: 06.02.2023.
15. Scaringella, L. Innovation, entrepreneurial, knowledge, and business ecosystems: Old wine in new bottles? [Electronic resource] / L. Scaringella, A. Radziwon // *Technological Forecasting and Social Change*. – Mode of access: <https://doi.org/10.1016/j.techfore.2017.09.023>. – Date of access: 09.01.2023.
16. Spigel, B. Toward a process theory of entrepreneurial ecosystems [Electronic resource] / B. Spigel, R. Harrison // *Strategic Entrepreneurship Journal*. – Mode of access: <https://doi.org/10.1002/sej.1268/>. – Date of access: 06.02.2023.
17. Stam, E. Entrepreneurial Ecosystems and Regional Policy: A Sympathetic Critique [Electronic resource] / E. Stam // *European Planning Studies*. – Mode of access: <https://doi.org/10.1080/09654313.2015.1061484>. – Date of access: 11.02.2023.
18. Weidenfeld, A. Tourism and cross border regional innovation systems [Electronic resource] / A. Weidenfeld // *Annals of Tourism Research*. – Mode of access: <https://doi.org/10.1016/j.annals.2013.01.003>. – Date of access: 06.12.2022.

## **ИННОВАЦИИ В ИНДУСТРИИ ТУРИЗМА КАК УСТОЙЧИВЫЙ МЕХАНИЗМ РАЗВИТИЯ**

**Е. В. Шамарова**

Учреждение образования «Белорусский государственный университет культуры и искусств», ул. Рабкоровская, 17, 220007, г. Минск, Беларусь, [katyashamarova@mail.ru](mailto:katyashamarova@mail.ru)

**Аннотация.** В статье рассматривается аспект инноваций как устойчивого механизма динамики туристической отрасли. На примере туристической отрасли в Беларуси и анализа государственной политики инновационного развития автором выявлены основные инновации, внедренные в сферу за 2023 год, и определены перспективы дальнейшего инновационного развития.

**Ключевые слова:** инновации, туризм, индустрия туризма, динамика туристической отрасли, продвижение туристических услуг, инновационное развитие, информационные технологии.

**Образец цитирования:** Шамарова, Е. В. Инновации в индустрии туризма как устойчивый механизм развития / Е. В. Шамарова // Перспективы развития туризма в современных условиях: мировые тенденции и региональные контексты : материалы III Междунар. науч.-практ. конф., Минск, 28 сент. 2023 г. / Национальное агентство по туризму ; редкол.: И. Н. Воронович (предс.) [и др.]. – Минск, 2023. – С. 478–483.

## **INNOVATIONS IN THE TOURISM INDUSTRY AS A SUSTAINABLE DEVELOPMENT MECHANISM**

**E. Shamarova**

Educational Institution «Belarusian State University of Culture and Arts»,  
Rabkorovskaya Street, 17, 220007,  
Minsk, Belarus, [katyashamarova@mail.ru](mailto:katyashamarova@mail.ru)

**Annotation.** The article deals with the aspect of innovation as a sustainable mechanism for the dynamics of the tourism industry. Using

the example of the tourism industry in Belarus and the analysis of the state policy of innovative development, the author identified the main innovations introduced in the sphere in 2023 and identified the prospects for further innovative development.

**Keywords:** innovations, tourism, tourism industry, dynamics of the tourism industry, promotion of tourism services, innovative development, information technology.

**For citation:** Shamarova, E. Innovations in the tourism industry as a sustainable development mechanism / E. Shamarova // Prospects for the development of tourism in modern conditions: global trends and regional contexts : materials of the III Int. sci.-pract. conf., Minsk, 28 Sept. 2023 / National Agency for Tourism ; ed.: I. Voronovich (chair.) [et al.]. – Minsk, 2023. – P. 478–483.

Туризм как часть экономического сектора, неразрывно связанный с сохранением и популяризацией историко-культурного наследия, является наиболее динамичной сферой. Динамика развития туристической отрасли требует постоянных нововведений, способствующих увеличению туристических потоков. В свою очередь, ключевым механизмом (источником) динамики развития общества выступают инновации. В Указе Президента Республики Беларусь «Об утверждении Положения о порядке создания субъектов инновационной инфраструктуры» инновации определяются как «создаваемые (осваиваемые) новые или усовершенствованные технологии, виды товарной продукции или услуг, а также организационно-технические решения производственного, административного, коммерческого характера, способствующие продвижению технологий, товарной продукции и услуг на рынок» [1]. Стоит отметить, что в современной информационной культуре к инновациям чаще всего относят внедрение разработок научно-технологического прогресса. Тогда под инновациями в индустрии туризма понимается комплекс мер по созданию и внедрению новых или усовершенствованных технологий, способствующих прогрессивному развитию отрасли, связанных с улучшением качества предоставляемых услуг и увеличением туристического потока.

Наряду с этим государственная политика Республика Беларусь активно взяла курс на инновационное развитие всех отраслей социальной экономики. Так, в Беларуси реализуется Государственная программа инновационного развития на 2021–2025 годы, одной из задач

которой является «ускорение развития существующих наукоемких и высокотехнологичных секторов экономики» [2], к которым относятся и индустрия туризма. В Национальной стратегии устойчивого социально-экономического развития Республики Беларусь на период до 2030 года отмечено, что «приоритетным направлением является внедрение в туристическую деятельность передовых информационных технологий и инновационных маркетинговых инструментов» [3, с. 84]. А в Национальной стратегии устойчивого развития Республики Беларусь до 2035 года перспективными направлениями инновационного развития в индустрии туризма являются:

- активное внедрение информационных технологий в деятельность организаций туристической индустрии;
- ускоренная информатизация туристской инфраструктуры посредством тесного сотрудничества с ведущими разработчиками электронных систем навигации, баз данных, виртуальной и дополненной реальности, аудиогидов и других профильных приложений;
- создание мультифункциональных киосков для использования современных технологий в местах прибытия и размещения туристов («умные» остановки общественного транспорта, использование роботов в аэропортах и гостиницах) [4, с. 56].



**Рис. 1.** Информационная модель туристической отрасли [5, с. 13]



В разрезе анализа государственной поддержки инновационного развития в индустрии туризма интерес представляет информационная модель туристической отрасли, предложенная В. Ф. Иконниковым и М. Н. Садовской. В данной модели отражена специфика и роль взаимодействия всех субъектов туристической деятельности с органами государственного регулирования, связующим звеном которых является информация. В свою очередь, обмен информацией и ее распространение осуществляются благодаря грамотному применению современных средств продвижения туристических услуг и широкому комплексу маркетинговых мер, проводимых в соответствии с Государственной программой «Беларусь гостеприимная» на 2021–2025 годы.

К основным инновациям в индустрии туризма в Беларуси за 2023 г. можно отнести:

- усовершенствование нормативно-правовой базы. Так, с 1 января 2023 г. в Республике Беларусь вступил в силу новый закон «О туризме», регламентирующий на законодательном уровне оказание туристических услуг. Среди основных изменений: распределение ответственности между туроператором и турагентом, улучшение качества ведения реестра субъектов туристической деятельности, аттестация мобильного приложения как аудиогuida для экскурсий по внутренним туристическим маршрутам Беларуси, туристические информационные центры как важный источник информирования туристов могут осуществлять предпринимательскую деятельность [6];

- разработка новых форм экскурсионного обслуживания (анимационные программы, квесты, мастер-классы и др.) и маршрутов. В рамках деловой программы XXV Международной весенней выставки-ярмарки туристских услуг «Отдых-2023» от каждой области было презентовано более 10 новых туристических маршрутов и проектов;

- создание новых объектов туристической инфраструктуры. Также в рамках выставки-ярмарки «Отдых-2023» были презентованы следующие новые туристические объекты: парк-отель «Яркий», туристический комплекс «Званое», мемориальный военно-исторический комплекс «Партизанская криничка», туристический комплекс «Вольный мельник»: пивоварня и хлебопекарня»; ОАО «Отель “Турист”», музей белорусской маляванки, гостиница «Интенс», мемориальный комплекс «Жертвам Холокоста» в урочище Стасино, отель The Basilian Minsk [7];

– внедрение и активное распространение информационных технологий. Так, на постоянной основе совершенствуются функционал и информационная база об объектах туристической инфраструктуры, маршрутах и главных событийных мероприятиях сайта belarus.travel – ведущего туристического интернет-портала Беларуси. В ходе проведения XXIX Международного форума по информационно-коммуникационным технологиям «ТИБО-2023» были представлены функциональные возможности и навигация сайта belarus.travel, а также платформы для проведения туристических онлайн-выставок exro.belarus.travel. Примером совершенствования покупки-оплаты билетов и экскурсий может служить сайт Национального художественного музея Республики Беларусь, также представленного на выставке «ТИБО-2023». Стоит отметить, что на основе положительного опыта внедрения мобильных приложений по регионам Беларуси (Grodno guide) Гомельская область в конце 2022 г. разработала свое мобильное приложение Gomel Travel. В приложении собрана вся информация о туристическом потенциале региона, маршрутах, есть обратная связь и возможность собственноручно добавить интересное место, а также найти подходящего экскурсовода и связаться с ним.

Таким образом, устойчивое развитие туристической отрасли основывается на применении инновационных подходов в улучшении качества предоставляемых услуг и увеличения туристического потока. Важную роль в развитии сферы играет обмен информацией и взаимодействие между государственным и частным секторами. Применение ведущих информационных технологий в продвижении туристических услуг посредством рекламных мероприятий является неотъемлемой частью современного социокультурного пространства. Наравне с мировым опытом Беларусь активно внедряет инновации в индустрию туризма, как на законодательном уровне, так и внедряя современные технологии в программы обслуживания туристов.

### Список литературы

1. Об утверждении Положения о порядке создания субъектов инновационной инфраструктуры и внесении изменения и дополнений в Указ Президента Республики Беларусь от 30 сентября 2002 г. № 495 : Указ Президента Республики Беларусь от 3 января 2007 г. № 1 // Нац. реестр правовых актов Респ. Беларусь. – 2007. – № 5. – 1/8230.

2. Государственная программа инновационного развития Республики Беларусь на 2021–2025 годы / Национальный правовой Интернет-портал Республики Беларусь [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://pravo.by/document/?guid=3871&p0=P32100348>. – Дата доступа: 16.05.2023.
3. Национальная стратегия социально-экономического развития Республики Беларусь до 2030 года [Электронный ресурс] : протокол заседания Президиума Совета Министров Республики Беларусь от 2 мая 2017 г. № 10. – Режим доступа: <https://economy.gov.by/uploads/files/NSUR2030/Natsionalnaja-strategija-ustojchivogo-sotsialno-ekonomicheskogo-razvitija-Respubliki-Belarus-na-period-do-2030-goda.pdf>. – Дата доступа: 16.05.2023.
4. Национальная стратегия устойчивого развития Республики Беларусь до 2035 года [Электронный ресурс] : протокол заседания Президиума Совета Министров Республики Беларусь от 4 февраля 2020 г. № 3 // Министерство экономики Республики Беларусь. – Режим доступа: <https://economy.gov.by/uploads/files/ObsugdaemNPA/NSUR-2035-1.pdf>. – Дата доступа: 16.05.2023.
5. Иконников, В.Ф. Информационные технологии в индустрии туризма : учеб.-метод. пособие / В. Ф. Иконников, М. Н. Садовская. – Минск : РИПО, 2014. – 78 с.
6. БЕЛТА [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.belta.by/society/view/novatsii-zakonodatelstva-2023-goda-turisticheskaja-deyatelnost-542793-2023>. – Дата доступа: 21.04.2023.
7. Официальный портал Национального агентства по туризму [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.belarustourism.by/news/na-vystavke-otdykh-2023-sostoyalas-prezentatsiya-novykh-obektov-turisticheskoy-infrastruktury>. – Дата доступа: 21.04.2023.

# ПОДГОТОВКА ПРОФЕССИОНАЛЬНЫХ КАДРОВ ДЛЯ ВНУТРЕННЕГО ТУРИЗМА

УДК 338. 43:330

## ОСОБЕННОСТИ ПОДГОТОВКИ ЭКСКУРСОВОДОВ ПО ПРОГРАММАМ ДОПОЛНИТЕЛЬНОГО ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО ОБРАЗОВАНИЯ

**Т. А. Зыкина**

Северный (Арктический) федеральный университет имени  
М. В. Ломоносова,  
набережная Северной Двины, 17,  
163002, г. Архангельск, Россия,  
t.zykina@narfu.rul

**Аннотация.** В статье на примере программ дополнительного образования рассматриваются вопросы реализации порядка подготовки экскурсоводов в России. Делается вывод о том, что необходимо данную работу проводить в тесной связи с потребностями практики. Оценивается законодательно установленная в 2023 году необходимость аттестации экскурсоводов.

**Ключевые слова:** туризм, экскурсоводы, программы профессионального образования.

**Образец цитирования:** Зыкина, Т. А. Особенности подготовки экскурсоводов по программам дополнительного профессионального образования / Т. А. Зыкина // Перспективы развития туризма в современных условиях: мировые тенденции и региональные контексты : материалы III Междунар. науч.-практ. конф., Минск, 28 сент. 2023 г. / Национальное агентство по туризму ; редкол.: И. Н. Воронович (предс.) [и др.]. – Минск, 2023. – С. 484–490.

# FEATURES OF TRAINING TOUR GUIDES UNDER ADDITIONAL PROFESSIONAL EDUCATION PROGRAMS

T. Zykina

Northern (Arctic) Federal University named after M. V. Lomonosov,  
Embankment of the Northern Dvina, 17, 163002, Arkhangelsk, Russia,  
t.zykina@narfu.rul

**Annotation.** The article considers using the example of additional education programs the issues of implementing the procedure for preparing guides in Russia. It is concluded that it is necessary to carry out this work in close connection with the needs of practice. The legally established in 2023 need for certification of guides is being assessed.

**Keywords:** tourism, guides, professional education programs.

**For citation:** Zykina, T. Features of training tour guides under additional professional education programs / T. Zykina // Prospects for the development of tourism in modern conditions: global trends and regional contexts : materials of the III Int. sci.-pract. conf., Minsk, 28 Sept. 2023 / National Agency for Tourism ; ed.: I. Voronovich (chair.) [et al.]. – Minsk, 2023. – P. 484–490.

Развитие туризма в России является одной из приоритетных задач государства. Данное направление деятельности связано не только с тем, что туризм – это не только средство достижения различных целей: отдыха, общения, оздоровления, повышения профессиональных познаний и навыков и др., но и заинтересованность власти в экономическом развитии страны, поскольку туризм способен приносить прибыль его организаторам. Однако туризм, как и любое другое направление бизнеса, не может не быть огражден от рисков.

Самое масштабное негативное изменение в организации туризма и его направлений было объективно обусловлено сначала пандемией, а затем и введением санкций по отношению к России со стороны недружественных государств. Все это привело к существенному снижению прежде всего международного въездного и выездного туризма.

Но эти же причины способствуют росту внутреннего туризма, который в России имеет много направлений, среди которых историко-культурный, деловой, водный и др.

Туризм в России постепенно становится приоритетным направлением развития экономики. Например, в Архангельской области, расположенной на Европейском Севере, предполагается разработать и внедрить комплексный план, направленный на формирование туристических продуктов региона, включающих:

- развитие территорий, расположенных здесь трех национальных парков: Кенозерского, Онежского Поморья и парка «Русская Арктика»;

- продвижение круизных маршрутов и новых программ по акватории Белого моря, один из них – Поморское кольцо, который охватывает Архангельск, Соловецкие острова и Кандалакшу.

Безусловно, для решения поставленных задач требуется развивать инфраструктуру посещаемых мест, иметь качественный турпродукт, повышать информированность о направлениях туризма.

Каждое из направлений внутреннего туризма требует наличия квалифицированных специалистов, способных организовать его на достойном уровне.

Кадровый потенциал туристической отрасли страны достаточно специфичен. Как отмечают исследователи, три четверти занятых в данной сфере не имеют профильного образования, поэтому работодатели прикладывают значительные усилия, включая финансирование, для обучения персонала. Проблему недостатка необходимых отрасли работников также решают примерно 100 высших и средних специальных учебных заведений России, которые в перспективе обеспечат потребности этого бизнеса [3].

Следует отметить наличие среднего и высшего (бакалавриат, специалитет) уровней профессионального обучения специалистов в области туризма в соответствии с законом «Об образовании в РФ» [1].

Студенты в процессе обучения изучают историю и географию туризма и путешествий, экономику, организацию и менеджмент туристской деятельности, правовое регулирование в туризме и другие предметы. Обязательно овладевают практическими умениями в области туроперейтинга, гостиничного и ресторанного бизнеса и пр.

Кроме среднего и высшего образования, доступно также дополнительное профессиональное образование. Оно охватывает подготовку, переподготовку и повышение квалификации кадров для внутреннего туризма.

Например, Ростуризм сообщил о запуске программы онлайн-обучения для работников турбизнеса и госорганов, отвечающих за туризм, в рамках нацпроекта «Туризм и индустрия гостеприимства».

Особое внимание в подготовке будущих специалистов (экскурсоводов) в области внутреннего туризма уделяет федеральный проект «Содействие занятости» национального проекта «Демография», в его рамках обучение проходит бесплатно.

Остановимся на двух программах, которые были реализованы в Архангельской области: «Методика и техника проведения экскурсий» и «Основы экскурсионной деятельности и туризма на Русском Севере». Обе программы объединяет задача обеспечить квалифицированными кадрами сферу внутреннего туризма в городе Архангельске и его пригородах. В данный регион приезжают много желающих познакомиться с историей, культурой, природными особенностями, местной кухней и прочими особенностями Поморского края. Кроме того, указанные программы способствуют увеличению возможности трудоустройства для граждан старше 50 лет, женщин в отпуске по уходу за ребенком, женщин с детьми дошкольного возраста, безработных граждан и других уязвимых на рынке труда граждан.

Программы обучения в основном преследуют цель овладения практическими навыками, поэтому в них много занятий посвящено знакомству с опытом уже работающих экскурсоводов, а также самостоятельному планированию собственных экскурсий, проведению презентаций разработанных вариантов экскурсионных туров.

Например, при разработке экскурсионного тура выходного дня слушатели указанных программ должны обосновать актуальность выбранного тура, его востребованность будущей аудиторией. Затем они должны установить на какое количество туристов будет рассчитан тур. Далее предполагается определить его сезонность или внесезонность. Например, экскурсия по дому Деда Мороза будет преимущественно проводиться в новогодние школьные каникулы, а обзорная экскурсия по городу Архангельску не имеет сезонных ограничений. Слушатели должны определить продолжительность тура и его маршрут. Маршрут должен быть построен таким образом, чтобы не повторять посещение уже осмотренных достопримечательностей.

Тур выходного дня должен иметь программу, в которой следует предусмотреть по возможности все нюансы путешествия. От встречи группы до ее прощаний, включая информацию об объекте размещения,

стоимости тура, рекомендациям по самостоятельному посещению экскурсионных объектов и пр.

Поскольку обучение по программам, связанным с подготовкой экскурсоводов, групповое, оно предполагает взаимное оценивание презентаций будущих туристских продуктов, представляемых слушателями.

Например, к критериям оценивания отнесены: содержание экскурсии и техника ее проведения.

В содержании экскурсии требуется обратить внимание на следующие вопросы:

- соответствие заявленной теме;
- доступность изложения;
- новизна информации;
- наличие составных частей экскурсии (введение, основная часть, заключение);
- умение наладить контакт со слушателями;
- следование временному режиму;
- использование наглядных материалов и др.

В технике проведения экскурсий требуется обратить внимание:

- на способность активизировать внимание слушателей;
- выбрать выигрышный ракурс для показа объектов экскурсии;
- четкие ответы на вопросы;
- грамотную речь;
- эмоциональность рассказа и др.

Слушатели должны оценить также такие дополнительные моменты, как наличие чувства юмора, обаяние экскурсовода, его вовлеченность в тему.

Слушатели во время обучения заводят необходимые для будущей работы контакты, получают проекты необходимых документов. И в этом несомненно большой плюс группового обучения.

Обучение по указанным программам подготовки экскурсоводов проводится на базе Северного (Арктического) федерального университета имени М. В. Ломоносова силами преподавателей – кандидатов наук, имеющих собственный богатый опыт в организации и проведении экскурсий.

Существующая возможность за короткие сроки – от 2 до 4 месяцев – бесплатно получить базовые знания и навыки работы экскурсоводом оценивается слушателями позитивно.



Но при наличии положительной оценки имеющегося опыта следует обратить внимание на одну существенную деталь. Представляется, что еще большей ценности можно достичь, если проводить отдельные семинары и практическое обучение на базе туристических фирм. Именно там, рядом с практиками, можно больше погрузиться в атмосферу работы экскурсоводом.

Следует отметить, что работать экскурсоводом можно не только в качестве основной единственной занятости, но также и параллельно с другой работой.

Большое распространение в современный период получила возможность использования для работы экскурсоводом статуса самозанятого, что дает значительную экономию по уплате налогов. Кроме того, самозанятые освобождены от необходимости иметь онлайн-кассу и сдавать отчетность. Все сложности учета работы самозанятого максимально минимизированы. Деятельность такого лица обязательно осуществляется на территории РФ.

Необходимо указать на проблему, которую необходимо решить в ближайшее время, она касается аттестации экскурсоводов, без прохождения которой в ближайшем будущем нельзя будет заниматься экскурсионной деятельностью.

Работа по аттестации экскурсоводов предстоит очень большая, учитывая количество специалистов, занятых этой деятельностью и отсутствие постоянно действующих аттестационных комиссий. В Архангельске такая комиссия собирается периодически и действует под эгидой Министерства культуры Архангельской области.

Подчеркнем, что экскурсии представляют собой один из самых востребованных продуктов во внутреннем туризме и представляют собой методически продуманный показ достопримечательных мест, памятников истории и культуры. На деятельность экскурсоводов распространяется закон РФ «Об основах туристской деятельности в Российской Федерации» [2]. В соответствии с этим законом экскурсоводами могут быть только граждане России, которые должны пройти аттестацию, быть официально зарегистрированными и каждые 5 лет проходить повышение квалификации.

Первоначально планировалось завершить аттестацию экскурсоводов в срок до 1 июля 2023 г., но ввиду большого объема работ данный период был продлен на один год.

Проведение аттестации экскурсоводов позволит навести порядок в данной области, чтобы исключить возможность некачественного представления туристам информации на экскурсиях, позволит остаться в профессии только знающим и компетентным гражданам. Но многие вопросы, связанные с аттестацией и последующим периодическим повышением квалификации, пока еще не получили своего полного закрепления в нормативных правовых актах. Но отрадно, что данная работа уже начата.

### Список литературы

1. Об образовании в Российской Федерации // Федеральный закон от 29.12.2012 № 273-ФЗ (ред. от 24.06.2023) // Собр. законодательства РФ. – 2012. – 53 (ч. 1). – Ст. 7598.
2. Об основах туристской деятельности в Российской Федерации // Федеральный закон от 24.11.1996 № 132-ФЗ (ред. от 13.06.2023) // Собр. законодательства РФ. – 1996. – 49. – Ст. 5491.
3. Мухамадиева, Ю. П. Актуальные проблемы кадрового обеспечения в сфере туризма [Электронный ресурс] / Ю. П. Мухамадиева, И. И. Полупанов. – // Молодой ученый. – 2017. – № 13.2 (147.2). – С. 15–17. – Режим доступа: <https://moluch.ru/archive/147/42016>. – Дата доступа: 01.07.2023.

## **ОБ ИННОВАЦИОННЫХ ПОДХОДАХ К ОРГАНИЗАЦИИ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОГО ПРОЦЕССА ПОДГОТОВКИ СПЕЦИАЛИСТОВ ДЛЯ СФЕРЫ ТУРИЗМА И ГОСТЕПРИИМСТВА С УГЛУБЛЕННЫМ ВЫСШИМ ОБРАЗОВАНИЕМ**

**О. Н. Михайлова<sup>1</sup>, О. А. Гусарова<sup>2</sup>**

Учреждение образования «Белорусский государственный  
университет физической культуры»,  
пр. Победителей, 105, 220020,

<sup>1</sup>valgyna@tut.by, <sup>2</sup>olga.gusarova.55@gmail.com

**Аннотация.** В статье представлен анализ деятельности факультета менеджмента спорта, туризма и гостеприимства при реализации образовательной программы углубленного высшего образования по специальности 1-890801 «Туризм и гостеприимство».

**Ключевые слова:** углубленное высшее образование, учебно-методическое обеспечение, современные образовательные технологии.

**Образец цитирования:** Михайлова, О. Н. Об инновационных подходах к организации образовательного процесса подготовки специалистов для сферы туризма и гостеприимства с углубленным высшим образованием / О. Н. Михайлова, О. А. Гусарова // Перспективы развития туризма в современных условиях: мировые тенденции и региональные контексты : материалы III Международ. науч.-практ. конф., Минск, 28 сент. 2023 г. / Национальное агентство по туризму ; редкол.: И. Н. Воронович (предс.) [и др.]. – Минск, 2023. – С. 491–498.

# ON INNOVATIVE APPROACHES TO THE ORGANIZATION OF EDUCATIONAL THE PROCESS OF TRAINING SPECIALISTS FOR THE SPHERE OF TOURISM AND HOSPITALITY WITH IN-DEPTH HIGHER EDUCATION

O. Mikhailova<sup>1</sup>, O. Gusarova<sup>2</sup>

Educational Institution  
«Belarusian State University of Physical Culture»,  
Pobediteley Avenue, 105, 220020,  
Minsk, Belarus,  
<sup>1</sup>valgyna@tut.by, <sup>2</sup>olga.gusarova.55@gmail.com

**Annotation.** The article presents an analysis of the activities of the Faculty of Management of Sports, Tourism and Hospitality in the implementation of the educational program of advanced higher education in the specialty 1-890801 «Tourism and Hospitality».

**Keywords:** advanced higher education; educational and methodological support, modern educational technologies.

**For citation:** Mikhailova, O. On innovative approaches to the organization of educational the process of training specialists for the sphere of tourism and hospitality with in-depth higher education / O. Mikhailova, O. Gusarova // Prospects for the development of tourism in modern conditions: global trends and regional contexts : materials of the III Int. sci.-pract. conf., Minsk, 28 Sept. 2023 / National Agency for Tourism ; ed.: I. Voronovich (chair.) [et al.]. – Minsk, 2023. – P. 491–498.

Высокая эффективность мероприятий Государственной программы «Образование и молодежная политика» на 2016–2020 годы (далее – программа) была обеспечена стабильным финансированием сферы образования, последовательным укреплением ее кадрового потенциала и материальной базы, что позволило Республике Беларусь реализовать меры, направленные на развитие образовательных услуг и выполнение социальных стандартов в сфере образования. В результате принятых мер в течение четырех последних лет Республика Беларусь стабильно входит в группу 30 наиболее развитых стран мира

по показателям в сфере образования (согласно отчету ПРООН о человеческом развитии – 2019). По показателю «Ожидаемая продолжительность обучения» Беларусь занимает 27-е место среди 189 стран (15,4 года), а по показателю «Средняя продолжительность обучения» – 10-е место (12,3 года) [1, с. 2].

Система высшего образования в Республике Беларусь развивается в соответствии с потребностями национальной экономики и обеспечивает запросы общества и каждого гражданина в повышении уровня и качества образования [2, с. 9].

В настоящее время в стране сформирована двухступенчатая система высшего образования. С 2019 г. внедрена новая модель магистратуры – научно-ориентированная магистерская подготовка по укрупненным научно- и инновационно-ориентированным специальностям (161 специальность) [1, с. 18].

В целях обеспечения соответствия магистерской подготовки современным требованиям проведен пересмотр сроков и содержания подготовки в соответствии с потребностями заинтересованных организаций научно-инновационной сферы и системы образования, образовательные стандарты магистратуры пересмотрены на основе макета образовательного стандарта высшего образования II ступени (магистратуры). В типовые учебные планы включены новые учебные дисциплины, увеличена аудиторная нагрузка.

Согласно программе, принципиальными преобразованиями к 2025 году в системе образования станут: непрерывное формирование умений, совершенствование современных навыков и компетенций, востребованных рынком труда на протяжении жизни; развитие функциональной грамотности и технического творчества обучающихся.

Основные задачи программы: обеспечить повышение качества практико-ориентированной подготовки специалистов, эффективности взаимодействия с организациями – заказчиками кадров. Ожидаемыми результатами реализации программы станут соответствие содержания высшего образования актуальным и перспективным требованиям национального рынка труда, современная цифровая среда обучения и преподавания, развитие инновационного потенциала УВО, формирование у обучающихся необходимых профессиональных компетенций [1, с. 19; 2, с. 16].

Одной из важнейших сфер современной экономики является туризм. Как многоотраслевой комплекс туризм обеспечивается

деятельностью различных структур: государственных, бизнес-структур, профессиональных образовательных учреждений, которые оказывают воздействие, определяют требования к профессиональной подготовке специалистов, их конкурентоспособности для представленного сектора рынка труда.

Основными ключевыми направлениями деятельности в части кадрового обеспечения сферы туризма, обозначенными Государственной программой «Беларусь гостеприимная» на 2021–2025 годы, являются: реализация комплекса мер по совершенствованию подготовки специалистов для сферы туризма; учебно-воспитательная и патриотическая работа в форме туристско-экскурсионных программ и выездных мероприятий (конференции, семинары, тренинги, рекламные туры, конкурсы и др.); обмен опытом в сфере туризма внутри страны и за рубежом, в том числе онлайн [3, с. 5].

На основе реализации принципов государственной политики в области образования, которые отражены в Кодексе Республики Беларусь об образовании, Государственной программе «Образование и молодежная политика» на 2021–2025 годы на факультете менеджмента спорта, туризма и гостеприимства (далее – факультет) Института менеджмента спорта и туризма (далее – Институт) осуществляется системная и эффективная подготовка специалистов для сферы туризма и гостеприимства, ориентированная на успешное продвижение в профессиональной и инновационно-управленческой деятельности.

Ранее, в рамках международного научного проекта 144522-TEMPUS-2008-DE-JPCR MIBET «Модернизация и внедрение бизнес-образовательных программ для подготовки специалистов туристической индустрии Республики Беларусь», в Институте на основе блочно-модульной технологии и Европейской системы переноса и накопления кредитов (пунктов ECTS) была разработана концепция и внедрена двухступенчатая система высшего образования: по специальности 1-89 01 01 «Туризм и гостеприимство» – на I ступени, по специальностям 1-89 81 01 «Управление инновационными проектами в туристской индустрии»; 1-89 81 02 «Инновационный менеджмент в сфере туризма»; 1-89 81 03 «Инновационный менеджмент в сфере гостеприимства»; 1-89 81 04 «Инновационные технологии в сфере туризма и гостеприимства» – на II ступени. Подготовка специалистов для сферы туризма и гостеприимства до недавнего времени осуществлялась в соответствии с образовательными стандартами Республики

Беларусь, содержащими требования к уровню профессиональной подготовленности выпускника, академическим, социально-личностным, профессиональным компетенциям, а также к организации образовательного процесса.

Как уже было указано ранее, с 2019 г. внедрена новая модель магистратуры, в полной мере предусматривающая реализацию компетентного подхода к обучению, акцентирующего внимание на результате обучения, рассматривающего в качестве результата не сумму усвоенной информации, а способность человека на ее основе адекватно действовать в различных ситуациях (в том числе и в ситуации неопределенности).

Кодексом Республики Беларусь об образовании предусмотрены основные требования к организации образовательного процесса, обеспечивающие качество образования на основе компетентного подхода. Согласно образовательному стандарту реализация компетентного подхода должна предусматривать широкое использование в образовательном процессе активных и интерактивных форм проведения занятий в сочетании с внеаудиторной работой с целью формирования и развития профессиональных навыков.

Важным звеном, позволяющим максимально оптимизировать процесс обучения в университете, является мониторинг программно-методического обеспечения образовательного процесса.

Для методического обеспечения образовательной программы углубленного высшего образования по специальности 1–89 80 01 «Туризм и гостеприимство», открытой в 2019 году, в 2022 году в соответствии с изменившимися требованиями была разработана и утверждена в установленном порядке вся необходимая учебно-программная документация.

В образовательном стандарте ОСРБ 1-89 80 01-2022 и примерном учебном плане по специальности 1-89 80 01 «Туризм и гостеприимство», утвержденном Первым заместителем Министра образования 15.11.2022 рег. № 7-06-10-004/пр., представлены три вида компетенций: универсальные, формирование которых должно происходить при освоении учебных дисциплин и модулей как государственного, так и вариативного компонента; углубленные профессиональные, формируемые только при освоении учебных дисциплин государственного компонента и специализированные, отраженные только в вариативном компоненте и широко представленные в учебных дисциплинах профилизаций, дисциплинах и модулях по выбору.

Реализация образовательной программы углубленного высшего образования полностью обеспечена учебными программами по учебным дисциплинам. В соответствии с образовательным стандартом на факультете разработаны 12 учебных программ по учебным дисциплинам и 1 программа научно-педагогической практики.

Анализ программно-методического обеспечения подготовки магистров, проведенный в рамках деятельности Учебно-методического объединения по образованию в области физической культуры, показал, что в целом объем и структуризация учебных дисциплин являются оптимальными, в учебных программах по учебным дисциплинам значительное внимание уделено передовым методам обучения и образовательным технологиям.

В Институте было издано учебно-методическое пособие «Менеджмент инновационных проектов», которое активно внедряется в образовательный процесс. Преподавание учебной дисциплины «Менеджмент инновационных проектов» ведется с использованием инновационной технологии – метода учебных проектов. Магистранты разрабатывают и защищают учебные проекты «Тур для невидящих», «Минск – большая деревня», «Литературный тур» и т. п. Метод учебных проектов позволяет внести в современную технологию обучения два существенных дополнения – изменения в функции знаний и способов организации процесса их усвоения. Метод учебных проектов показал свою безусловную эффективность и преимущество перед остальными подходами как в плане повышения мотивации и активности, так и в отношении качества усвоения информации. Однако его основным преимуществом является направленное формирование навыков проектной деятельности.

Особого внимания заслуживает использование в образовательном процессе подготовки магистров технологии игрового обучения. В игровом режиме развивается активность личности магистранта: от репродуктивной установки на выполнение заданий к продуктивной, когда задания формулируются самими участниками, реализуются в условиях игрового риска, неопределенности, творческой активности и самоконтроля.

Методы группового обучения в виде имитационно-обучающих игр широко используются в учебных дисциплинах «HR-менеджмент туристических организаций и предприятий гостиничного и ресторанного бизнеса» и «Стандарты обслуживания и управление качеством услуг в индустрии туризма и гостеприимства».



На семинарских занятиях по учебной дисциплине «Туристическая деятельность (психолого-педагогические аспекты)» применяются такие активные формы обучения, как психолого-педагогические тренинги, групповые диспуты, дискуссии, деловые игры.

Активные формы обучения, такие как групповые дискуссии, деловые игры, бизнес-тренинги и анализ кейс-стадий, используются при изучении учебных дисциплин «Логистический менеджмент в туристической индустрии» и «Антикризисное управление в туризме и гостеприимстве».

Однако в программах магистерской подготовки имеется ряд несоответствий с реальной образовательной практикой. В частности, низкая наполняемость учебных групп не позволяет в полной мере реализовать потенциал активных методов обучения, основанных на групповых и межгрупповых взаимодействиях, в том числе деловых игр, моделировании ситуационных задач. Определенную сложность в процессе проведения занятий вносит неоднородность образовательного уровня обучающихся в магистратуре, которые являются выпускниками разнородных учреждений высшего образования, представителями различных специальностей и направлений подготовки.

В целом на факультете проводится целенаправленная и системная работа по обеспечению выполнения единых требований к содержанию и организации образовательного процесса подготовки специалистов с углубленным высшим образованием для сферы туризма и гостеприимства в соответствии с требованиями нормативных правовых актов, образовательных стандартов и стандартов системы менеджмента качества, что подтверждено результатами сертификационного аудита. Организация подготовки специалистов в сфере туризма и гостеприимства характеризуется многообразием форм, видов и методических подходов к образовательному процессу. Применение инновационных образовательных технологий направлено на постоянное повышение качества образования на всех стадиях жизненного цикла образовательной услуги и удовлетворение запросов и ожиданий всех категорий потребителей.

С целью дальнейшего совершенствования содержания, повышения эффективности результатов обучения при реализации образовательной программы углубленного высшего образования целесообразно проведение следующих организационных мероприятий:

1. При организации образовательного процесса, всех форм учебных занятий, разработке учебно-программной документации обеспечить их практико-ориентированную направленность.

2. Организовать работу по внедрению результатов выполнения тем НИР на кафедрах факультета в образовательный процесс подготовки специалистов в сфере туризма и гостеприимства с углубленным высшим образованием.

3. При разработке тематики магистерских диссертаций в большей степени отражать актуальные проблемы кадрового, научно-го и учебно-методического обеспечения сферы туризма в соответствии с Государственной программой «Беларусь гостеприимная» на 2021–2025 годы, а также специфические задачи конкретных организаций туристической индустрии и ориентировать практическую часть магистерских диссертаций на решение финансово-хозяйственных вопросов.

### Список литературы

1. Государственная программа «Образование и молодежная политика» на 2021–2025 годы» [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://pravo.by/document/?guid=12551&p0=C22100057&p1=1>. – Дата доступа: 26.06.2023.
2. Концепция развития системы образования Республики Беларусь до 2030 года [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://edu.gov.by/kontseptsiya-do-2030-goda/%D0%BA%D0%BE%D0%BD%D1%86%D0%B5%D0%BF%D1%86%D0%B8%D1%8F.pdf>. – Дата доступа: 26.06.2023.
3. Государственная программа развития туризма в Республике Беларусь «Беларусь гостеприимная» на 2021–2025 годы / Белорус. гос. ун-т физической культуры [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.sportedu.by/wp-content/uploads/2017/11/Gosprogramma-Belarus-gostepriimnaya-na-2021-2025-gody.pdf>. – Дата доступа: 26.06.2023.

## **О ПРАКТИКО-ОРИЕНТИРОВАННОЙ ПОДГОТОВКЕ СПЕЦИАЛИСТОВ ДЛЯ ТУРИСТИЧЕСКОЙ ИНДУСТРИИ В УНИВЕРСИТЕТЕ**

**Т. В. Починок**

Учреждение образования  
«Гомельский государственный университет  
имени Ф. Скорины»,  
ул. Советская, 104, 246028,  
г. Гомель, Беларусь, rochinok@gsu.by

**Аннотация.** В статье рассматривается содержание практико-ориентированной подготовки специалистов по межкультурной коммуникации в университете на примере Гомельского государственного университета имени Ф. Скорины. Рассмотрена подготовка студентов в процессе учебной практики различных направлений, приведены примеры заданий, которые выполняют студенты в ходе практики. Включены в качестве примеров другие направления деятельности университета по участию в совершенствовании туристического потенциала Гомельского региона.

**Ключевые слова:** туристическая индустрия, практико-ориентированная подготовка, межкультурная коммуникация, учебная практика, туристический потенциал.

**Образец цитирования:** Починок, Т. В. О практико-ориентированной подготовке специалистов по межкультурным коммуникациям в университете / Т. В. Починок // Перспективы развития туризма в современных условиях: мировые тенденции и региональные контексты : материалы III Междунар. науч.-практ. конф., Минск, 28 сент. 2023 г. / Национальное агентство по туризму ; редкол.: И. Н. Воронович (предс.) [и др.]. – Минск, 2023. – С. 499–507.

# PRACTICE-ORIENTED TRAINING OF SPECIALISTS IN TOURISM INDUSTRY AT THE UNIVERSITY

**T. Pochinok**

Educational Institution «F. Skarina Gomel State University»,  
Soviet Street, 104, 246028,  
Gomel, Belarus, pochinok@gsu.by

**Annotation.** In the article the content of practice-oriented training of specialists in intercultural communication at the university on the example of F. Skarina Gomel State University is being discussed. The preparation of students in the process of educational practice in various areas is considered, the examples of tasks that students perform during practice are given. Other areas of the university's activities to participate in improving the tourism potential of Gomel region are included as examples.

**Keywords:** tourism industry, practice-oriented training, intercultural communication, educational practice, tourism potential.

**For citation:** Pochinok, T. Practice-oriented training of specialists at the university / T. Pochinok // Prospects for the development of tourism in modern conditions: global trends and regional contexts : materials of the III Int. sci.-pract. conf., Minsk, 28 Sept. 2023 / National Agency for Tourism ; ed.: I. Voronovich (chair.) [et al.]. – Minsk, 2023. – P. 499–507.

В соответствии с Образовательным стандартом высшего образования (ОСВО 1-23 01 02-2021), высшее образование I ступень специальность 1-23 01 02 Лингвистическое обеспечение межкультурных коммуникаций (по направлениям) обучаемый приобретает квалификацию специалиста по межкультурным коммуникациям, переводчика-референта [1]. Специалист должен обладать универсальными, базовыми профессиональными и специализированными компетенциями. Обозначим некоторые из них в каждой категории, непосредственно связанные со сферой межкультурных коммуникаций [1, с. 7–9].

Универсальные компетенции: УК-4. Толерантно воспринимать различия социальных и этнокультурных групп и общностей с учетом ценностно-смысловых ориентаций их представителей; УК-13.

Быть способным учитывать культурное разнообразие стран и народов в практике межкультурной коммуникации и др.

Базовые профессиональные компетенции: БПК-3. Осуществлять межъязыковое и межкультурное взаимодействие с учетом культурных ценностей, норм и стереотипов речевого поведения; БПК-15. Осуществлять эффективное взаимодействие в мультикультурном профессиональном сообществе и др.

Для подготовки специалистов в области межкультурной коммуникации направлена учебная практика студентов. Для каждого курса студентов в соответствии с учебными планами предусматривается определенное направление учебной практики. Так, студенты 1-го курса проходят учебную ознакомительную практику по межкультурной коммуникации. В контексте учебной ознакомительной практики студенты 1-го курса готовят следующие индивидуальные задания:

1. Экскурсия на английском языке по одной из достопримечательностей Беларуси.

2. Экскурсия на английском языке по Аллее Героев и мемориальному комплексу в городе Гомеле и рассказ об одном из героев Великой Отечественной войны, принимавших участие в освобождении города Гомель.

3. Презентация на английском языке о национальных особенностях одной из иноязычных культур.

Студенты 3-го курса по учебной ознакомительной практике, целью которой является ознакомление с методикой составления и проведения экскурсий на английском языке, должны представить и провести:

Экскурсию на английском языке по одной из достопримечательной Беларуси.

Экскурсию на английском языке по одному из промышленных предприятий Беларуси.

Также студенты 1-го и 3-го курсов готовят конспекты по методическим рекомендациям проведения экскурсий и анализируют видеосюжеты по методическим приемам для проведения экскурсий, представленные на сайте Национального агентства по туризму Республики Беларусь.

Характеризуя туристический потенциал Гомельского региона, который изучается студентами и презентуется во время учебной ознакомительной практики, следует вкратце рассмотреть его разнообразие и содержательность.

Событийный туризм имеет в большей степени международный характер на Гомельщине. Проводятся международный фестиваль этнокультурных традиций «Зов Полесья», фестиваль «Льняная карусель», Республиканский фестиваль юмора «Автюки» в агрогородке Автюки Калинковичского района и др.

Промышленный туризм целенаправленно развивается в Гомельской области. Сюда относится посещение промышленных предприятий, например промышленного предприятия ОАО «Гомсельмаш», ОАО «Милкавита», кондитерской фабрики «Спартак», ОАО Гомельское ПО «Кристалл» и других предприятий.

Так, в контексте учебной ознакомительной практики студенты 1-го и 3-го курсов с профессионально ориентированной и воспитательной экскурсией посетили ОАО «Гомсельмаш» и музей боевой и трудовой славы предприятия. Практиканты познакомились с историей развития и становления промышленного холдинга, с уникальными экспонатами зерноуборочных комбайнов от исторических до современных моделей, с технологическим процессом производства комбайнов, реализованными национальными проектами, направлениями сотрудничества предприятия с отечественными и зарубежными партнерами. На конкретном примере посещенного предприятия студенты затем презентовали историю и современные реалии данного предприятия как экскурсионного объекта на английском языке.

Продолжая краткий экскурс по туристическому потенциалу Гомельского региона, стоит отметить, что интересен маршрут «Нефтяной» в Речицком районе с осмотром музея-стоянки первобытного человека в д. Юровичи Калинковичского района и Свято-Рождество Богородичный монастырь (бывший коллегиум иезуитов) также в д. Юровичи. В Мозыре гости посещают Мозырский Пивзавод, для того чтобы узнать рецепт приготовления сбитня по-Мозырски, в Турове – Туровский молочный комбинат с дегустацией товара. Национальный парк Припятский и имеющийся в нем сафари-парк знакомят гостей с дикой природой Белорусского Полесья.

Одним из главных туристско-рекреационных объектов Гомельщины является Гомельский дворцово-парковый ансамбль, украшающий главный город региона. Для детального знакомства с историей достопримечательности и культурными экспонатами студенты-практиканты также посещают дворец. Профессионально ориентированная экскурсия имеет не только познавательное и воспитательное

значение, но и практическое: для студентов опытный экскурсовод проводит мастер-класс по использованию необходимых приемов для проведения экскурсий, удерживания внимания аудитории, презентации интересного экскурсионного рассказа.

Следует отметить, что Гомельский дворцово-парковый ансамбль – это не только шедевр природного и культурного наследия, но и объект, обеспеченный туристским сервисом, где проводятся фестивали, в том числе и белорусской кухни. Например, проводились фестиваль винограда «Грозди Гомеля», «Фестиваль Арбуза», фестиваль «МЯСМОЛФЕСТ».

Гомельская область богата санаторно-курортными учреждениями, имеющими отличную медицинскую базу, природное расположение (лес, берега рек) и хороший комплекс разнообразных оздоровительных услуг. Подобные туристические объекты и организация их посещения помогут не только получить медицинские услуги, но и познать историю Гомельщины.

Гомельщина богата агроэкоусадьбами. Например, этноагроэкоусадьба «Естествознание» Житковичский район, д. Хвоенск, где расположена самая большая печь на Полесье, в которой научат выпекать хлеб из натуральной закваски, обучат некоторым тонкостям травничества.

Популярен для туристов военно-патриотический маршрут «Вечной памятью живы!..», в который входят такие объекты, как мемориальный комплекс «Ола», где на рассвете 14 января 1944 г. были убиты 1 758 человек, мемориальный комплекс «Памятник детям – жертвам Великой Отечественной войны 1941–1945 годов», место одного из крупнейших пересыльно-накопительных лагерей 1944 г., где содержались дети в возрасте от 8 до 14 лет, мемориал «Операция Багратион», место, с которого началось масштабное освобождение Беларуси.

Одним из знаковых исторических объектов в память о героях Великой Отечественной войны является военно-исторический комплекс «Партизанская криничка» на месте базировавшегося в годы войны партизанского отряда «Большевик» под Гомелем, который был открыт в 2022 году после масштабной реконструкции. Партизанский отряд «Большевик» был образован 17 августа 1941 г. Формирование народных мстителей дислоцировалось в нескольких километрах от шоссе Гомель – Чернигов. Бойцы отряда организовывали диверсии на железных дорогах и основных автомагистралях. Вместе с частями Красной армии они участвовали в освободительной операции «Багратион». Военно-исторический мемориал «Партизанская криничка» – это

символ исторической памяти партизанам – героям и освободителям нашего края.

На основе культурно-исторических объектов военно-патриотической направленности в содержание ознакомительной практики по межкультурной коммуникации для студентов 1-го курса одним из заданий было составить и провести на английском языке экскурсию по Аллее Героев и мемориальному комплексу в городе Гомеле и рассказать об одном из героев Великой Отечественной войны, принимавших участие в освобождении города Гомель.

Пользуется популярностью международный фестиваль этнокультурных традиций «Зов Полесья» в Петриковском районе в агрогородке Лясковичи. Превращаясь в историко-этнографический музей под открытым небом, фестиваль на километры разворачивает хлебосольные столы и концертные площадки подворья с дегустациями и аутентичными мастер-классами. Каждый из участников несет историю, самобытность белорусских деревень, на фестивальный день эти деревни объединяются в одну единую Полесскую область. На подворьях, деревнях кипит жизнь: песни, танцы, дегустация продукции, викторины и конкурсы. Прогулявшись по подворьям, можно почувствовать, как бьется сердце Полесья и какая богатая, простая и щедрая душа у жителей этого белорусского региона. С каждым годом фестиваль развивается и включает презентацию туристического потенциала всех областей Республики Беларусь.

В Гомельской области популярным является маршрут «Золотое кольцо Гомельской области», который проходит по 9 населенным пунктам: Гомель, Мозырь, Ветка, Лоев, Речица, Туров, Чечерск, д. Юровичи Калинковичского района и д. Красный берег Жлобинского района.

Таким образом, богатый туристический потенциал Гомельской области является объектом изучения и презентации студентов в контексте учебной практики. Презентация культурно-исторических объектов на английском языке имеет не только значимое познавательное и воспитательное значение, но и позволяет студентам овладевать социокультурными знаниями и умениями представить национальное культурно-историческое наследие в контексте межкультурной коммуникации, совершенствовать иноязычные речевые умения.

На 2-м курсе студенты проходят учебную переводческую практику, целью которой является ознакомление с объектами профессиональной деятельности специалиста, а именно со способами перевода



англоязычных текстов разных стилей. Задачами переводческой практики являются:

- осуществление всех видов перевода в сфере переводческих услуг с учетом культурных ценностей, норм и стереотипов речевого поведения;

- анализ и обоснование выбранных способов перевода в виде составления комментария;

- применение знаний о базовых действиях и условиях переводческой деятельности для решения профессиональных задач;

- применение базовых способов осуществления переводческой деятельности для решения профессиональных задач;

- осуществление эффективного взаимодействия в мультикультурном профессиональном сообществе;

- использование специализированной литературы и информационных технологий для осуществления переводческой деятельности аутентичных англоязычных текстов.

В контексте данного вида практики предусмотрено выполнение следующих заданий:

1. Анализ особенностей перевода одного из аутентичных текстов официально-делового стиля с комментариями.

2. Анализ особенностей перевода одного из аутентичных текстов научно-популярного стиля с комментариями.

Помимо выполнения индивидуальных заданий студенты-практиканты посещают ряд профильных организаций и предприятий области, где сотрудники проводят профессионально ориентированные семинары, подготавливающие к будущей профессиональной деятельности. Так, студенты 2-го курса посещают Гомельское отделение Белорусской торгово-промышленной палаты, сотрудники которой знакомят студентов с деятельностью организации, международным сотрудничеством, проектами взаимодействия с деловыми партнерами и презентации экономического потенциала региона. Для совершенствования практических навыков организации и участия в международных выставочных мероприятиях студенты 2-го и 1-го курсов приняли участие в бизнес-форуме «Бизнес дни в Гомеле» и в качестве волонтеров в международной выставке «Весна в Гомеле». Организатором обоих мероприятий выступает Гомельское отделение Белорусской торгово-промышленно палаты.

В 2022 году Международный экономический форум в городе Гомеле состоялся 9 декабря. Тема форума в 2022 году – «Трансформация

бизнес-возможностей, стратегическое планирование: ответы на вызовы времени, новые точки роста». Мероприятие объединило партнеров из 20 стран и 15 регионов Российской Федерации.

«Весна в Гомеле» – это значимое международное событие, проходящее в Гомельской области, которое позволяет представить промышленный и культурный потенциал региона, наладить деловое сотрудничество с зарубежными партнерами. В международной выставке принимают участие представители органов государственной власти, дипломатических миссий и бизнеса разных стран. Участвуя в таких значимых бизнес-мероприятиях, студенты-волонтеры имеют возможность получить опыт работы с делегациями и опыт иноязычного перевода для зарубежных партнеров.

Подготовка специалистов по квалификации «специалист по межкультурной коммуникации» проходит также в процессе реализации различных образовательных проектов в рамках международного сотрудничества и участия в международных мероприятиях.

Так, на факультете истории и межкультурных коммуникаций Гомельского государственного университета имени Ф. Скорины была реализована онлайн-школа немецкого языка, организованная кафедрой межкультурных коммуникаций и международного туризма университета и кафедрой романских и германских языков Северного Арктического федерального университета имени М. Ломоносова (Российская Федерация). Студенты 3-го курса специальности «Лингвистическое обеспечение межкультурных коммуникаций» получили возможность участвовать в совместных занятиях по дисциплине «Практика устной и письменной речи второго иностранного языка». Участие в подобном международном проекте помогло студентам получить практику использования немецкого языка в рамках обозначенных тем, а также опыт реального общения со своими российскими сверстниками.

В рамках сотрудничества Гомельского государственного университета имени Франциска Скорины (РБ) и Псковского государственного университета (РФ) студенты 3-го курса специальности «Лингвистическое обеспечение межкультурных коммуникаций (международный туризм)» приняли участие в Международном студенческом конкурсе перевода, приуроченном к году культурного наследия народов России и Международному дню переводчика. Организатором конкурса выступила кафедра европейских языков и культур Псковского госу-

дарственного университета. Участникам представилась возможность продемонстрировать свои умения и навыки в выполнении письменного перевода публицистического текста на английский язык. Критериями оценки перевода являлись: полнота, точность, верная передача культурологических понятий, а также соблюдение стилистических, грамматических, орфографических и пунктуационных норм.

Стоит отметить, что Гомельский государственный университет имени Франциска Скорины является базой для подготовки и аттестации экскурсоводов области, реализуемые совместно с профильными региональными государственными структурами и Национальным агентством по туризму. К примеру, в декабре 2022 г. реализована программа повышения квалификации для экскурсоводов по теме «Особенности функционирования сферы туризма и экскурсионной деятельности на современном этапе», организованной Институтом дополнительного образования университета.

Таким образом, в университете ведется целенаправленная и комплексная подготовка специалистов по межкультурным коммуникациям, а также университет принимает активное участие в развитии и совершенствовании туристического потенциала Гомельского региона и кадрового обеспечения данной сферы.

### **Список литературы**

1. Образовательный стандарт «Высшее образование первой степени. Специальность 1–23 01 02 Лингвистическое обеспечение межкультурных коммуникаций (по направлениям), квалификация «Специалист по межкультурным коммуникациям. Переводчик-референт (с указанием языков общения). – Минск, 2021.

# КРАЕВЕДЧЕСКИЕ ИССЛЕДОВАНИЯ И ТУРИСТСКО-КРАЕВЕДЧЕСКАЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ

УДК 94:379.81“18/19”(476)

## РАЗВІЦЦЁ МЕДЫЦЫНСКАГА ТУРЫЗМУ НА ТЭРЫТОРЫІ БЕЛАРУСКІХ ГУБЕРНЯЎ У ДРУГОЙ ПАЛОВЕ ХІХ – ПАЧАТКУ ХХ СТ.

**А. Л. Зянько**

Дзяржаўная ўстанова  
«Нацыянальны гістарычны архіў Беларусі»,  
вул. Крапоткіна, 55, 220002,  
г. Мінск, Беларусь, aksana.zenko@yandex.ru

**Анотацыя.** Артыкул прысвечаны аналізу развіцця медыцынскага турызму на тэрыторыі беларускіх губерняў у складзе Расійскай імперыі ў другой палове ХІХ – пачатку ХХ ст. і адносін да яго з боку органаў дзяржаўнай улады.

**Ключавыя словы:** Расійская імперыя, беларускія губерні, медыцынскі турызм, мінеральныя воды, курорт, санаторый.

**Узор цытавання:** Зянько, А. Л. Развіццё медыцынскага турызму на тэрыторыі беларускіх губерняў у другой палове ХІХ – пачатку ХХ ст. / А. Л. Зянько // Перспективы развития туризма в современных условиях: мировые тенденции и региональные контексты : материалы III Междунар. науч.-практ. конф., Минск, 28 сент. 2023 г. / Национальное агентство по туризму ; редкол.: И. Н. Воронович (предс.) [и др.]. – Минск, 2023. – С. 508–516.

# THE DEVELOPMENT OF MEDICAL TOURISM IN THE TERRITORY OF BELARUSIAN PROVINCES IN THE SECOND HALF OF THE XIX – EARLY XX CENTURY

A. Zianko

State Institution «National Historical Archives of Belarus»,  
Kropotkina Street, 55, 220002, Minsk, Belarus

**Annotation.** The article is devoted to the analysis of the development of medical tourism on the territory of the Belarusian provinces within the Russian Empire in the second half of the XIX – early XX century and attitudes towards it from the state authorities.

**Keywords:** Russian Empire, belarusian provinces, medical tourism, mineral waters, resort, sanatorium.

**For citation:** Zianko, A. The development of medical tourism in the territory of the belarusian provinces in the second half of the XIX – early XX century / A. Zianko // Prospects for the development of tourism in modern conditions: global trends and regional contexts : materials of the III Int. sci.-pract. conf., Minsk, 28 Sept. 2023 / National Agency for Tourism ; ed.: I. Voronovich (chair.) [et al.]. – Minsk, 2023. – P. 508–516.

Мясціны, у якіх знаходзіліся мінеральныя і тэрмальныя крыніцы, лячэбныя гразі, з’яўляюцца найбольш даўнімі аб’ектамі медыцынскага турызму. Яшчэ ў старажытнасці і сярэднія вякі яны выкарыстоўваліся не толькі мясцовымі жыхарамі, але і нешматлікімі на той час падарожнікамі, а ў новы час становяцца месцамі масавага наведвання. У XIX ст. гэта ў першую чаргу еўрапейскія курорты Давіль, Бад Эмс, Бадэн-Бадэн, Лазурны бераг, Гасэль і інш. З мэтай прыцягнення большай колькасці турыстаў уладальнікі курортаў запрашаюць да сябе знакамітых урачоў, укараняюць тэхналагічныя і медыцынскія новаўвядзенні. Для еўрапейскай эліты наведванне такіх месцаў стала спосабам пацвярджэння свайго высокага сацыяльнага статусу: «Ездзіць на воды» стала для еўрапейскай арыстакратыі адным з найбольш модных спосабаў бавіць час. Наведванне мінеральных вод з’яўлялася ў той жа ступені лячэннем, колькі і прыемнымі натуральнымі зносінамі з сабе падобнымі» [1, с. 162]. Актыўным ўдзельнікам

вышэй згаданага лячэння і адпачынку становіцца і расійская арыстаркратыя, у тым ліку і выхадцы з беларуска-літоўскіх губерняў. Згодна спісаў, якія былі прадстаўлены Мінскаму губернатару, у студзені 1863 г. за мяжой на лячэнні і адпачынку знаходзіліся 11 памешчыкаў губерні з сем'ямі [2, арк. 507], у чэрвені гэтага ж года – 47 [2, арк. 353]. Кожны год у Еўропу адпраўляліся Ваньковічы, Чапскія, Вайніловічы, Свянціцкія, О'Руркі і інш. Вывучэнне архіўных крыніц паказвае, што ў пачатку ХХ ст. сацыяльны склад аматараў замежных курортаў значна пашырыўся. У яго ўключыліся прадстаўнікі тэхнічнай інтэлігенцыі, урачы, настаўнікі, купцы, багатыя мяшчане – так званы сярэдні клас.

Такая сітуацыя выклікала незадавальненне дзяржаўнага кіраўніцтва. Міністр земляробства і дзяржаўнай маёмасці А. С. Ярмалаў пісаў, што «...ад 100 да 200 мільёнаў рублёў у год, залаты паток, які з году ў год ідзе на карысць іншаземцаў і ва ўрон фінансавым і эканамічным справам рускага народа» [3, с. 6]. Дзяржаўная ўлада імкнулася ўзяць справу лячэння і адпачынку грамадзян пад свой кантроль. Выдадзены ў 1857 г. Звод законаў Расійскай імперыі ўтрымлівае Статут урачэбны, у чацвёртым раздзеле якога рэгламентуецца дзейнасць Упраўлення мінеральных вод. Згодна з законам (артыкул 555) «справы па кіраўніцтву мінеральнымі водамі, у медыка-паліцэйскіх і гаспадарчых адносінах, належаць Медыцынскаму дэпартаменту Міністэрства ўнутраных спраў» [4, с. 569]. Асобныя глава прысвечаны арганізацыі кіравання Каўказскімі, Сергіеўскімі, Ліпецкімі і іншымі мінеральнымі водамі.

Аднак аналіз медыцынскіх заключэнняў Урачэбнага аддзялення Мінскага губернскага паказвае, што ў 1870 г. урачэбнае аддзяленне выдала звыш 50-ці рэкамендацый ад неабходнасці лячэння і аздараўлення на курортах і толькі тры на Каўказ і Крым, астатнія за межы Расійскай імперыі (Германія, Аўстрыя, Францыя, Італія і інш.) [5].

З канца ХІХ ст. даецца настойлівая парада ўрачэбным аддзяленням губернскіх канцылярыі рэкамендаваць суайчыннікам у першую чаргу мясцовыя курорты.

Каўказскія мінеральныя воды былі адкрыты ў пачатку ХІХ ст. Аднак дадзены рэгіён пачынаюць даволі актыўна выкарыстоўваць для лячэбнага турызму толькі ў другой палове ХІХ ст., пасля завяршэння Каўказскай вайны (1817–1864) і будаўніцтва Владзікаўказскай чыгункі ў 1875 г. У першай палове ХІХ ст. у Крыме пачынаецца выкарыстан-

не лячэбных гразей, а ў 1837 г. ў Саках будоўца першае аддзяленне Сімферопальскага ваеннага шпіталя. Але да заканчэння Крымскай вайны (1853–1856) курортная інфраструктура была развітая слаба. Толькі ў канцы 70-х гадоў XIX ст. «іменна ў гэты рэгіён, які ў першай палове XIX ст. карыстаўся рэпутацыяй экзатычнага і маланаселенага вугалка імперыі, “нашага Усходу”, сентыментальныя падарожжы па якому любілі здзяйсняць адукаваныя арыстакраты, рушыў нечуваны паток публікі. Была пракладзена Лозава-Севастопальская чыгунка, якая злучыла Крым праз Харкаў з Цэнтральнай Расіяй, уведзены адзіны праязны тарыф, з сярэдзіны 1860-х пачаліся рэгулярныя візіты царскай сям’і ў маёнтак Левадыя, былі апублікаваны работы ўрачоў аб карысці паўднёвага клімату, у тым ліку для лячэння сухотаў» [6, с. 84].

Інфармацыя аб курортах і санаторыях для адпачынку ў другой палове XIX ст. недастаткова асвятлялася ў сродках масавай інфармацыі, якія выдаваліся на тэрыторыі заходніх губерняў. Яе магчыма было атрымаць ва ўрачэбных аддзяленнях губернскага праўлення, а таксама ў газеце «Курорты і лячэбныя месцы», якая выдавалася ў Маскве і дасылалася ва ўсе губерні. Згодна з інфармацыяй, змешчанай на старонках газеты, у пачатку XX ст. у межах Расійскай імперыі можна было адпачыць у санаторыі мястэчка Клевань Ровенскага павета Валынскай губерні; санаторыі «Александрабад» на Дняпры ля горада Аляксандраўска Екацярынаслаўскай губерні, «Надзеждзіна» каля Масквы, «Крукава» на поўдні Украіны і інш. Свае паслугі прапаноўвалі і шматлікія санаторыі і курорты на тэрыторыі Крыма і Каўказа. У брашурах, прадстаўленых уладальнікамі гэтых аб’ектаў, падрабязна апавядаецца аб умовах пражывання, харчавання, лячэння і кошце, які складаў ад 1,25 кап. да 10 руб. у суткі (поўны пансіён) [7].

Напрыклад, у летні кумыса-лячэбны санаторый «Лясное» каля г. Стаўрапаля запрашалі «асоб, якім неабходны хуткі пад’ём харчавання і агульнае ўмацаванне арганізма» [7, арк. 10 адв.]. Прапаноўваліся і забавляльныя мерапрыемствы: прагулкі, экскурсіі, музычныя вечарыны, шахматы і інш. Прадстаўляецца схемы і магчымыя маршруты праезду да санаторыя. Кошт змяншаецца ў залежнасці ад тэрміну знаходжання: першы месяц – 250 руб., другі – 200, трэці – 150 [7, арк. 11 адв.].

У архіўнай справе ўрачэбнага аддзялення Мінскага губернскага праўлення знаходзіцца і пэўная колькасць інфармацыйных матэрыялаў аб курортах, размешчаных на тэрыторыі заходніх губерняў. Сярод іх курорт «Пагулянка», які знаходзіўся ў 7 вярстах ад горада

Дзвінска ў Віцебскай губерні (заснаваны ў 1883 г., уласнасць графа І. Плятэра-Зіберга). У праспектах паведамлялася, што на курорце магчыма размяшчэнне як для тых, хто мае сціплыя сродкі, так і для «хворых з вытанчанымі і далікатнымі патрабаваннямі» [7, арк. 83]. Да паслуг людзей, якія адпачываюць, прапаноўваліся тэатр, катанне на лодках, спартыўныя гульні, кумыс, «прыгатаваны вопытнымі татарамі», і вегетарыянская кухня. Да таго ж даведацца аб адпачынку ў гэтым месцы можна было ў некаторых урачоў у Санкт-Пецярбургу і Вільні. Падрабязныя ілюстраваныя праспекты-альбомы кіраўніцтва курорта абяцала дасылаць па запатрабаванню ўсім ахвотным за свой кошт.

Аналагічная інфармацыя знаёміла і з адпачынкам на Бірштанскіх мінеральных водах у Трокскім павеце Віленскай губерні. Санаторый, які размешчаны на беразе Нёмана, прапанаваў мінеральныя ванны, чыстае паветра хваёвага лесу, кумысалачэнне, электралачэнне, масаж і лячэбную гімнастыку, а ў асобных выпадках магчыма было правядзенне хірургічных аперацый. Для баўлення вольнага часу прадугледжаны наступныя мерапрыемствы: 2 разы ў дзень канцэрты аркестра, танцавальныя вечарыны, «магічныя прадстаўленні», экскурсіі, катанне на лодках па Нёмане і інш. Кошт за сезон (тры месяцы), у залежнасці ад камфартабельнасці нумара, складаў ад 110 да 400 руб. [7, арк. 72].

У другой палове XIX – пачатку XX ст. у Расійскай імперыі расце папулярнасць кумысалачэння. Апрача ўжо згаданых курортаў, яго прапаноўвалі і непасрэдна створаныя кумыса-лячэбныя ўстановы. Адну з іх у 1870 г. у мястэчку Дуброўна Горацкага павета Магілёўскай губерні адкрыў правізар Ф. К. Рэйнгольд. Разам з лячэннем кумысам, прыгатаваным па спецыяльным гатунку, тут прапаноўвалася пажыўная дыета, прагулкі па сасновым лесе, заняткі гімнастыкай і купанне ў Дняпры. 3 мая па верасень 1883 г. тут знаходзілася звыш 100 наведвальнікаў не толькі з Магілёўскай, але і суседніх губерняў [8, с. 998].

Ва Урачэбным статуце 1857 г. пералічаны мінеральныя воды, якія найбольш вядомыя і лячэбныя ў Расіі. Сярод іх і лячэбныя крыніцы ў Друскеніках Гродзенскай губерні, якія спрыялі лячэнню страўнікава-кішэчнай сістэмы. Асаблівасцю гэтага курорта стала значная колькасць прадстаўнікоў яўрэйскага насельніцтва сярод адпачывальнікаў. Гэта тлумачыцца знаходжаннем яго на тэрыторыі мяжы яўрэйскай аселасці, якасным узроўнем медыцынскіх паслуг і больш танным у параўнанні іншымі коштам лячэння. «Мястэчка стала цэнтрам прыцягнення для соцень багатых яўрэяў Гродна, Вільні, Коўна і іншых



вялікіх гарадоў. Гэтаму спрыяла крайне ўдалае месцазнаходжанне: на сумежжы Гродзенскай, Ковенскай і Сувалкаўскай губерняў. Да пачатку курортнага сезона, апрача мясцовых дактароў, якія пастаянна практыкавалі на курорце, мястэчка папаўнялася прыезджымі медыцынскімі работнікамі з буйных гарадоў Расійскай імперыі». Да таго ж Друскенікі становяцца і цэнтрам стаматалагічнага турызму [9, с. 428].

Аб жаданні дзяржаўнай улады развіваць унутраны медыцынскі турызм сведчыць цыркуляр Медыцынскага дэпартаменту Міністэрства ўнутраных спраў «Аб дастаўленні звестак адносна мінеральных крыніц, якія маюцца ў губерні» ад 08.11.1889 № 7872. Згодна з дакументам урачэбныя ўпраўленні, аддзяленні і ўправы на працягу трох месяцаў павінны прадставіць у дэпартамент звесткі аб наяўнасці ў губернях «мінеральных крыніц, вады, гразей, іх назвы, месцазнаходжання, кліматычныя і метэаралагічныя ўмовы». Таксама неабходна было дадаць інфармацыю ці праводзіліся іх даследаванні, якія хваробы з іх дапамогай можна лячыць, каму належаць, ці ажыццяўляецца выкарыстанне і добраўпарадкаванне і інш. [10, арк. 23].

На тэрыторыі заходніх губерняў крыніцы мінеральных вод выкарыстоўваліся яшчэ ў першай палове XIX ст., аб чым сведчаць апісанні і архіўныя дакументы. Напрыклад, у Памятнай кніжцы Віцебскай губерні за 1864 год В. Вахоўскі згадвае значную колькасць мінеральных крыніц на тэрыторыі губерні, але адзначае, што якасны аналіз вады праведзены толькі ў 3 з іх, а выкарыстоўваецца адна – у вёсцы Баркаўшчызна (Баркоўшчына) Лепельскага павета, дзе функцыянуе невялікая водалячэбніца, вядомая далёка за межамі губерні. Аўтар адзначае, што «у былыя часы гэтых пабудоў было недастаткова для вялікага мноства наведвальнікаў, і тыя, каму іх нястала, спыняліся ў вёсцы; цяпер жа хворых бывае вельмі мала» [11, с. 181]. У НГАБ захавалася справа ўрачэбнага аддзялення Віцебскага губернскага праўлення аб правядзенні ў 1888 г. дадатковага якаснага аналізу вады з гэтых мінеральных крыніц (папярэдні быў зроблены ў 1843 г.) і выстаўленні вёскі на продаж [10]. Неабходна адзначыць, што сёння ў азначанай мясцовасці працуе санаторый «Лясныя азёры».

Звяртае на сябе ўвагу і другая справа гэтага аддзялення. У 1869 г. былі адкрыты дзве крыніцы з вуглякісла-жалезнымі мінеральнымі водамі ў сяле Трэхалёва Невельскага павета Віцебскай губерні, якое належала памешчыку А. Сафронаву. Праведзены доктарам медыцыны Шмялёвым і лабараторыяй Санкт-Пецярбургскага фармацэўтычнага

таварыства хімічны аналіз паказаў, што вада з гэтых крыніц вельмі карысная для здароўя, так як мае падабенства да вядомых Швальбахскіх мінеральных вод. А. Сафронаў накіраваў прашэнне ў Медыцынскі дэпартамент Міністэрства ўнутраных спраў пабудоваць у сяле Трэхалёва ўстанова «для аднаўлення здароўя людзей абмежаванага стану, якія не маюць магчымасці карыстацца замежнымі водамі», а таксама зрабіць яе даступнай для ўсіх саслоўяў, і атрымаў дазвол [12, арк. 5]. Аднак, згодна са справаздачай урачэбнага аддзялення Віцебскага губернскага праўлення (1872), нягледзячы на атрыманы дазвол, «ужо трэці год ніякія работы па будаўніцтве водалячэбнай ўстановы не пачыналіся і мінеральныя воды не выкарыстоўваюцца» [12, арк. 9–9 адв.]. Гэта сітуацыя зацікавіла паліцэйскае ўпраўленне, так як уладальнік пад адкрыццё лячэбніцы стварыў акцыянернае таварыства і сабраў значную суму грошай.

Больш станоўчы вынік мела адкрыццё мінеральных крыніц з лячэбнай вадой паблізу Мінска І. У. Здановічам. У 1909 г. вядомы ўрач, мецэнат і грамадскі дзеяч адкрыў невялікі прыватны санаторый, а для зручнасці наведвальнікаў на ўласныя грошы заснаваў платформу на Лібава-Роменскай чыгунцы, якая і насіла назву «Платформа Здановіча». У пасляваенны перыяд гэта мясцовасць набыла статус рэспубліканскага курорта, санаторыі і дамы адпачынку якога актыўна развіваюць медыцынскі турызм у Беларусі і сёння.

Аналіз крыніц паказвае, што да пачатку XX ст. у межах беларускіх губерняў курортаў і лячэбніц, якія маглі б наведваць турысты, было менш, чым у іншых рэгіёнах Расійскай імперыі, нягледзячы на наяўнасць тут мінеральных крыніц і лячэбных гразей. У азначаны перыяд яны яшчэ не мелі магчымасці аказання высака якасных медыцынскіх паслуг і развітай інфраструктуры, большасць маглі прапанаваць толькі мінеральную ваду, прыняцце лячэбных ваннаў у прыстасаваных умовах і былі разлічаны на небагатых наведвальнікаў. Але былі мясціны, якія мелі шырокую вядомасць і практычна еўрапейскі ўзровень аказання паслуг – Друскенікі, Бірштанскія мінеральныя воды, «Пагулянка» ў Віцебскай губерні і інш. Яўрэй складалі значную колькасць наведвальнікаў мясцін адпачынку ў беларускіх губернях, так як апошнія знаходзіліся ў мяжы яўрэйскай асёласці і атрымаць дазвол на знаходжанне там было значна лягчэй, чым ва ўнутраных губернях Расійскай імперыі або за мяжой.

У пачатку XX ст. значна ўзрастае колькасць турыстаў з беларускіх губерняў, якія накіроўваюцца на мінеральныя воды і лячэбныя гразі ў Крым і на Каўказ або іншыя месцы ў межах Расійскай імперыі. Аб гэтым

сведчаць прашэнні розных чыноўнікаў і службовых асоб аб прадстаўленні ім адпачынку і атрыманне дазволу накіравацца на лячэнне. Такую просьбу накіроўвае Сенненскі павятовы прадвадзіцель дваранства, надворны саветнік С. А. Шыдлоўскі [13, арк. 52], настаўнік Рудня-Шлігінскага народнага вучылішча А. Случаноўскі [14, арк. 64], сапраўдны стацкі саветнік К. Вайніловіч, галава Мінскай рамесніцкай управы К. Дамброўскі, служачы Маскоўска-Брэстскай чыгункі К. Іваноўскі і інш. [15].

Аб вялікай колькасці турыстаў-суайчыннікаў на Каўказе згадвае і С. І. Мядзведзеў, які з групай выхаванцаў сярэдніх навучальных устаноў Віленскай навучальнай акругі ў 1911 г. здзейсніў экскурсію ў Туркестанскі край, наведаўшы пры гэтым Мінеральныя воды, Пяцігорск і іншыя курорты Каўказа [16].

Значная колькасць адпачывальнікаў у Крыме і на Каўказе ў пачатку XX ст. вымусіла кіраўніцтва Расійскай імперыі прыняць Закон аб санітарнай і горнай ахове лячэбных мясцін (24.04.1914). «Аднак яшчэ больш моцны штуршок для развіцця курортнай справы ў Расіі, нечаканым чынам, дала вайна, якая пачалася ў 1914 г. Справа ў тым, што нямецкія і аўстрыйскія курорты, якія раней прыцягвалі значную колькасць багатых рускіх, аказаліся цяпер недаступныя ... курорты ў саюзнай Францыі ... таксама аказаліся практычна недасягальнымі» [6, с. 87].

Такім чынам, з сярэдзіны XIX ст. органы расійскай дзяржаўнай улады імкнуцца ўзяць пад свой кантроль медыцынскі турызм, які становіцца трывалай крыніцай даходаў. Выезд за межы імперыі з мэтай лячэння і здараўлення не забараняўся, але акцэнт рабіўся на развіццё ўнутрыдзяржаўных санаторыяў і курортаў. Да канца XIX ст. выхадцы з беларускіх губерняў, у асноўным прадстаўнікі вышэйшых саслоўяў, аддавалі перавагу лячэнню і адпачынку за межамі Расійскай імперыі, у першую чаргу ў Заходняй Еўропе. Гэта было абумоўлена наяўнасцю там вядомых культурных і здараўленчых цэнтраў, а таксама ладам жыцця сацыяльнай эліты. З пашырэннем сацыяльнай разнастайнасці асоб, якія імкнуліся паправіць здароўе, курортныя мясціны Расійскай імперыі, у тым ліку і беларускія, набываюць усё большую папулярнасць. Асабліва гэта тэндэнцыя назіраецца напярэдадні і ў першыя гады Першай сусветнай вайны.

### Спіс літаратуры

1. Ловелл, С. Досуг в России: «свободное» время и его использование / С. Ловелл // Антропологический Форум. – 2005. – № 2. – С. 136–173.

2. Нацыянальны гістарычны архіў Беларусі (далей НГАБ). – Ф. 295, Воп. 1, Спр. 1644.
3. Ермолов, А. С. Русский туризм и отчизноведение. С приложением устава «Русского общества туризма и отчизноведения» / А. С. Ермолов. – Петроград : Русская Ривьера, 1915. – 31 с.
4. Свод законов Российской империи издания 1857 г. : в 15 т. – Санкт-Петербург : Типографии второго отделения Собственной Его Императорского величества канцелярии, 1857. – Т. 13 : Уставы о народном продовольствии, общественном призрении, и врачебные. – 996 с.
5. НГАБ – Ф. 299, Воп. 3, Спр. 134.
6. Карагодин, А. В. «Сделать не хуже, чем за границей»: курорты Южного берега Крыма в годы Первой мировой войны / А. В. Карагодин // Исторический журнал: научные исследования. – 2021. – № 4. – С. 83–105.
7. НГАБ. – Ф. 299, Воп. 3, Спр. 1567.
8. Опыт описания Могилевской губернии : в 3 кн. / сост. и под ред. А. С. Дембовецкого. – Могилев на Днепре : тип. Губернского правления, 1882–1884. – Кн. 2. 1883. – 1000 с.
9. Ермак, А. Г. Друскеники – центр стоматологического туризма у белорусских евреев на рубеже XIX–XX столетия / А. Г. Ермак // Перспективы развития туризма в современных условиях: мировые тенденции и региональные контексты: материалы II Междунар. науч.-практ. конф. (Минск, 28.09.2022) / редкол.: И. Н. Воронович (пред.) [и др.]. Минск : Колорград, 2022. – С. 425–432.
10. НГАБ. – Ф. 2513, Воп. 2, Спр. 1629.
11. Памятная книжка Витебской губернии на 1864 год / Витебский губернский статистический комитет ; под ред. А. М. Семеновского. – СПб. : тип. К. Вульфа, 1864. – 416 с.
12. НГАБ. – Ф. 2313, Воп. 2, Спр. 61.
13. НГАБ. – Ф. 2001, Воп. 1, Спр. 1868.
14. НГАБ. – Ф. 2254, Воп. 2, Спр. 509, Арк. 64.
15. НГАБ. – Ф. 295, Воп. 1, Спр. 3979.
16. Медведев, С. И. Описание экскурсии воспитанников средних учебных заведений Виленского Учебного Округа в Туркестанский край / С. И. Медведев. – Ковно : тип. И. Задворянского, 1912. – 176 с.

УДК М 964.6 Ураджэнцы краю-вязні канцлагероў.

## **СОЕДИНЯЯ ПРОШЛОЕ И БУДУЩЕЕ (ИСТОРИЯ В ВОСПОМИНАНИЯХ И ДОКУМЕНТАХ)**

**М. Д. Ткачева**

Государственное учреждение культуры  
«Жлобинский историко-краеведческий музей», филиал «Красный Берег»,  
ул. Исаева, д. 14, 247232, аг. Красный Берег, Жлобинский район,  
Гомельская область, Беларусь,  
krbereg.usadba@gisp.gov.by

**Аннотация.** В статье рассматриваются некоторые вопросы искажения исторической действительности.

**Ключевые слова:** Красный Берег, пересыльный лагерь, бензосклад № 596, дети, Германия, память.

**Образец цитирования:** Ткачева, М. Д. Соединяя прошлое и будущее (история в воспоминаниях и документах) / М. Д. Ткачева // Перспективы развития туризма в современных условиях: мировые тенденции и региональные контексты : материалы III Междунар. науч.-практ. конф., Минск, 28 сент. 2023 г. / Национальное агентство по туризму ; редкол.: И. Н. Воронович (предс.) [и др.]. – Минск, 2023. – С. 517–525.

## **CONNECTING THE PAST AND THE FUTURE (HISTORY IN MEMORIES AND DOCUMENTS)**

**M. Tkacheva**

State Cultural Institution «Zhlobin Museum of History and Local Lore», branch «Krasny Bereg»  
Isaeva Street, 14, 247232, Krasny Bereg, Zhlobin district, Gomel region,  
Belarus, krbereg.usadba@gisp.gov.by

**Annotation.** The article deals with some of the problems of distortion of historical facts.

**Keywords:** Krasny Bereg, transit camp, gas depot No. 596, children, Germany, memory.

**For citation:** Tkacheva, M. Connecting the past and the future (history in memories and documents) / M. Tkacheva // Prospects for the development of tourism in modern conditions: global trends and regional contexts : materials of the III Int. sci.-pract. conf., Minsk, 28 Sept. 2023 / National Agency for Tourism ; ed.: I. Voronovich (chair.) [et al.]. – Minsk, 2023. – P. 517–525.

В жизни нашей страны немало важных страниц. Они помогают нам сформировать более полное и глубокое представление о прошлом, увидеть историю не только как абстрактное понятие, но как часть судьбы любого человека, взрослого или ребенка; понять, как исторические события влияли на обычных людей и наоборот, как обычные люди вносили свой вклад в историю.

Однако к огромному сожалению в последнее время зачастую наблюдается искажение реальных событий истории. Сложно назвать причины, но такие факты существуют. Если непроверенная информация встречается в социальных сетях, это можно понять. Фактор субъективности никто не отменял. Но социальные сети уже настолько причудливы нас к легкому получению сведений, материалов, данных, что зачастую мы, взяв их из Интернета, даже не думаем проверить. Результат – весьма печальный! Начинаем тиражировать абсолютно недостоверную, не подтвержденную документами информацию, которая может вызвать непредсказуемые последствия.

Так, в 2023 г. вышло в свет научно-популярное издание Без срока давности. Геноцид. Гомельская область / Редкол.: С. М. Беспалый (гл. ред.) [и др.]. – Гомель – Изд. КУП «Редакция газеты «Гомельская праўда», 2023-204 с.

На страницах 74-83 приведен материал о мемориальном комплексе «Детям – жертвам Великой Отечественной войны» в населенном пункте Красный Берег.

Позволю процитировать выдержки из статьи [2, с. 74]:

«В поселке Красный Берег Жлобинского района в годы Великой Отечественной войны был организован сортировочный пункт – пересыльный лагерь, куда привозили взрослых и детей». В реальности в Красном Береге было два разных накопительно-пересыльных лагеря: один для взрослых на территории бензосклада № 596, другой – для детей на территории учхоза. Обратите внимание на правильный термин: «сортировочный пункт – пересыльный лагерь», не донорский, не концентрационный!

Далее: «Большую часть отправляли в концлагеря Польши и Германии». Согласно воспоминаниям тех, кто вернулся, дети были отправлены в детскую деревню Скобровка Пуховичского района и лагерь «Капен» близ немецкого города Дессау, взрослые – в Германию, свидетельств об отправленных в Польшу нет.

Следующая цитата вообще не поддается никакому объяснению. «Детей подвешивали под мышки, сжимали грудь. Для того чтобы кровь не сворачивалась, делали специальный укол. Кожу на ступнях отрезали или делали глубокие надрезы, вся кровь стекала в герметичные ванночки. Если ребенок после этой процедуры, подавал признаки жизни, ему смазывали губки ядом... Тела упаковывали в темные мешки, затем сжигали в котельной на территории усадьбы или везли на сборный пункт, где день и ночь горел костер в виде свастики, и сжигали там».

Приведу выдержку из акта комиссии Краснобережского сельсовета Жлобинского района о преступлениях, совершенных немецкими оккупантами на территории сельсовета от 20 ноября 1944 г.: «...Кроме того, в июне 1944 года на территории учхоза Красный Берег немцы создали сборный пункт для детей в возрасте от 8 до 14 лет. Этим детям немцы насильно отнимали у матерей в Жлобинском, Рогачевском, Стрешинском и других районах и сгоняли их на упомянутый сборный пункт. На этом пункте дети проходили медицинский осмотр в комиссии, после чего их грузили на станции Красный Берег в поезд и отправляли в Германию...» [1, с. 185].

Возникает вопрос: неужели спустя всего четыре месяца после ликвидации лагеря при составлении акта «забыли» указать, что из детей полностью выкачивали кровь, что над ними изуверски издевались, что существовала целая система ликвидации трупов. Среди воспоминаний местных жителей нет ни одного упоминания о таких зверствах, ни одного упоминания о сожженных детских телах и существовании вообще такого места. Да и котельной на территории учхоза в годы войны не было!

Все было проще, но от этого совсем не легче! В 1941 г. Германия столкнулась с индустриальным кризисом. Он возник в связи с тем, что немецкие рабочие и занятые в сельском хозяйстве ушли на фронт. Война же требовала расширения производства. Немецким руководством было принято решение ввезти с захваченных вермахтом территорий Восточной Европы в Германию людей и использовать их для нужд немецкой военной промышленности и в сельском хозяйстве.

Отправка населения с оккупированных территорий в Рейх, сначала добровольная, началась уже в начале 1942 г. Ответственным за ее проведение был комиссар по рабочей силе Фриц Заукель (нем. Fritz Sauckel) [6].

Когда уже в конце 1942 г. стало понятно, что фактически все акции по добровольному набору рабочей силы провалились, немецкие власти сделали ставку на насильственную депортацию, в том числе и детей. Таким образом, нацисты надеялись восполнить образовавшийся недостаток в трудовых ресурсах. Обнародованы факты продажи немцами белорусских детей зажиточным крестьянам, помещикам и торговцам. Жизнь маленького белоруса нацисты, продавая его, оценивали в пять марок... Дети рассматривались как дешевая рабочая сила, при необходимости как доноры, и фактически не получали медицинской помощи, необходимого обеспечения, не имели достойных условий для жизни.

Сборные или пересыльные лагеря были призваны накапливать и проверять тех, кому предстояло принудительно отправиться в Германию. В документе от 14 июня 1944 г. в отношении населения было определено: «Группа армий «Центр» намерена захватить в районах своего расположения 40-50 тыс. подростков в возрасте 10–14 лет и доставить их в Германию» [4].

Для этих целей в июне 1944 г. на территории учебного хозяйства в н. п. Красный Берег гитлеровцы создали лагерь, куда свозили детей в возрасте от 8 до 14 лет из Жлобинского, Рогачевского, Стрешинского, Бобруйского и Паричского районов. Малышей силой отнимали у несчастных матерей. Обратимся к документам.

Григорий Лаврентьевич Голубицкий, 1932 г. р., вспоминал: «...С восходом солнца поселок оцепили и всех жителей выгнали на улицу. Детей от 8 до 14 лет загоняли на машины и везли в Красный Берег...»

*«...А самый страшный момент был, до сих пор помню этот ужас, когда меня отбирали у мамы...»*, – это слова Екатерины Емельяновны Ключковой (Луценко), уроженки д. Святое Радужского сельского совета.

Житель деревни Краснобережская Слободка Андрей Андреевич Сазончик оставил воспоминания: «Меня вместе с другими детьми на машине привезли в учхоз. Помню, что везли и вели фашисты с огромными овчарками. Вымыли в бане отдельно мальчиков и девочек. Разместили в бараках тоже отдельно. На второй день сделали



анализ крови. У каждого на шее висела бирка, на ней отмечали какая кровь...»

Жительница д. Радуша Жлобинского района Нина Павловна Анищенко (Поболовец), 1933 г. р.: «...Всех детей без разбора после бани мазали желтой мазью от чесотки. В бараках размещали на сене и соломе. Кормили баландой, но пить давали».

«...Нас осматривали немецкие врачи, взяли кровь. Разместили в обычных деревенских хатах, окна в которых были забиты досками. За нами присматривали фрау...», – это рассказ Николая Степановича Гацко, 1932 г. р., жителя д. Пасека Воротынского сельского совета.

По мере накопления детей группами по 12–15 человек вели на железнодорожную станцию.

«...На станции Красный Берег нас погрузили в вагоны. В вагонах была солома и ящик с песком в углу. При погрузке девочка лет восьми решила убежать, по ней из автоматов дали очередь и она упала. Из Красного Берега нас вывезли в Германию», – написала Мария Васильевна Цед (Сидоренко), 1931 года рождения, в годы войны жительница д. Малые Бортники.

«...Поезд, заполненный детьми, ночью отправили в путь. Мы плакали и бились об стену. Утром поезд остановился на станции Пуховичи. Подошли машины и нас всех в эти машины затолкали. Повезли, как потом узнали, в деревню Скобровка», – это записано со слов Надежды Сушкевич (Новоковской), в годы войны жительницы д. Малиновка Щедринского сельского совета.

Лариса Васильевна Толкачёва из д. Марусенька Жлобинского района попала в Германию: «...Погрузили в вагон-телятник, без окон, но с охраной. Обессилев от слез и бесконечных рыданий валялись на полу, осипли, не могли разговаривать. ... Первое поселение в Германии, где нас разместили, назывался лагерь «Капен» близ г. Дессау...»

«...В лагере [Краснобережском] я пробыла шесть дней, после чего была отправлена в опломбированном вагоне под усиленной охраной в Германию на реку Эльба в город Дессау. В городе Дессау был большой лагерь для детей русской национальности. Всех нас заставляли работать на железодельном заводе, причем работать заставляли в течение 12 часов в сутки. Пища была плохая, многих из нас подвергали избиению без малейших на то причин...», – выдержка из протокола допроса Нины Никодимовны Романенко, 1932 года рождения уроженки д. Красный Берег от 28 октября 1947 г. (НАРБ Ф. 1363 Оп.1 Д.147 Л. 48–49об.) [1, с.197].

Лишенные поддержки, помощи, опеки родных, дети вынуждены были работать хотя бы для собственного выживания. Система трудового перевоспитания, как называли ее немцы, была жестокой и предусматривала «послушание, прилежание, безусловное подчинение и честность по отношению к немецким господам».

«...В бараках были двухъярусные койки. Еда была скудная. Помню суп, и в нем плавали маленькие жабки. Ели, есть очень хотелось...», – это свидетельство Раисы Ануфриевны Плохоцкой, 1933 г. р., жительницы д. Горбачёвка.

«...В Германии попал в лагерь у города Пермазенс. Кормили дохлой кониной, гнилыми овощами и картофельными очистками. Ежедневно из лагеря выносили сотни трупов. В дальнейшем прошел еще 4 лагеря. Домой вернулся в декабре 1945 года», – Григорий Лаврентьевич Голубицкий, 1932 г. р. [5].

Всего (согласно акту комиссии по расследованию злодеяний, совершенных немецко-фашистскими захватчиками и их сообщниками на территории Краснобережского сельсовета Жлобинского района) немцы увезли 1990 детей, в том числе 15 из Краснобережского сельского совета.

А первая партия молодежи из 15 студентов Краснобережского сельскохозяйственного техникума была отправлена на каторгу в Германию еще 15 июля 1941 г. В последующий период оккупации немцы неоднократно отправляли в Германию местную молодежь.

В апреле 1944 г. на территории бензосклада № 596 нацисты создали лагерь, куда согнали до 8000 человек трудоспособного населения из Жлобинского, Рогачевского, Стрешинского, Бобруйского, Паричского и других районов. Лагерь был обнесен 3 рядами колючей проволоки. Людей держали под открытым небом, под дождем, на ветру, не кормили и не давали пить. Из числа этих заключенных в разное время отобрали около 1000 человек молодежи, в том числе 43 человека из Краснобережского сельсовета, погрузили их в эшелоны и увезли на каторжные работы в Германию [1, с. 186]. Судьба остальных сложилась не лучшим образом.

К этому времени ситуация на восточном фронте была напряженной. Любыми средствами немцам было необходимо удержать позиции, задержать наступление советских войск. И гитлеровцы создают так называемые «санитарные» лагеря, куда было согнано мирное население, и куда специально для умышленного заражения людей инфекцией привозят множество сыпнотифозных больных.

Козлова Парасковья (так в протоколе допроса от 28 октября 1947 года, *проводившегося ст. лейтенантом Рысевым*) Григорьевна, 1913 г. р.: «...В этом [Краснобережском] лагере я пробыла только один день, после чего вместе с другими гражданами поездом я была отправлена в лагерь на Пинских болотах около села Домановичи, где пробыла до 22 апреля. После чего была освобождена Красной Армией. Отправка ... из лагеря производилась в опломбированных вагонах и под усиленной охраной... Условия в пересыльном лагере были ужасные, медицинского обслуживания не было, питания совсем не давалось, одежда отбиралась, заключенные подвергались избиениям со стороны охраны «СС», особенно при погрузке в вагоны» [НАРБ Ф.1363 Д.147 Л. 47об].

Это подтверждает Никодим Матвеевич Романенко: «...Условия содержания в лагере сов [етских] граждан были ужасные, питание было плохое, медицинского обслуживания не было, людей избивали и даже расстреливали, фамилий расстрелянных я назвать не могу».

Тамара Федоровна Комаровская с волнением рассказывала: «...в Красном Береге нас загнали на территорию нынешней воинской части, ночевали на складе. На следующий день ранним утром нас погрузили в поезд и повезли в сторону Озарич. Выгрузили на ближайшей станции, дальше мы шли пешком сутки, ночью спали в лесочке, но падали, кто где. А на утро снова подъем и опять идем колонной дальше. Сзади нас собаки. Кто пробовал убежать – расстреливали... Немцы нас не кормили. Один раз, помню, привезли немцы хлеб и кидали в людей. Люди бежали за этим хлебом и давили друг друга. Моя мама тоже хотела взять и в этой толпе ей разбили нос и губу, так хлеб она не принесла».

Из протокола допроса Ю. П. Барабановой (не ранее 19 марта 1944 г.) можно сделать вывод об условиях содержания в лагере: «...Я сама видела, как немцы привезли 6 машин с сыпнотифозными, в которых было более 100 человек больных... Особенно мне запомнилась женщина в возрасте примерно 40 лет. На ней было лишь черное платье, ноги босые, голова не покрыта. По тому, что волосы у нее были острижены под машинку, я полагаю, что она была взята из больницы. Эта женщина двигалась, пытаясь согреться, но утром я видела ее уже мертвой. С этими сыпнотифозными были привезены 3 девочки 3–5 лет и тоже раздетыми были брошены на снег, где они часа через 4–5 умерли, вернее замерзли. Родителей около них не было...» [7, с.153].

Таким образом, на территории Красного Берега в годы Великой Отечественной войны было создано два пересыльно-накопительных лагеря. Детей по мере накопления и проверки состояния здоровья отправляли на запад. Судьба узников взрослого лагеря разделилась: кого-то оправили в Германию, кого-то – в лагеря, которые мы сейчас называем объединенным словом «Озаричский».

Из Краснобережского сельского совета в Германию было угнано 114 жителей [1, с.186]. Эта цифра указана в акте о преступлениях, совершенных немецкими оккупантами на территории сельсовета от 20 ноября 1944 г.

Всего же, согласно данным СНК Белорусской ССР, в Германию за период оккупации было угнано более 380 тыс. человек, из которых свыше 33 тыс. (8,3%) – дети до 16 лет [3].

Многие тысячи и десятки тысяч советских граждан, угнанных в Германию, погибли от голода, холода, непосильного труда.

Память о тех, на долю кого выпала война, погибших и не вернувшихся с войны на территории Краснобережского сельского совета увековечена в семи памятниках и братских могилах. В 2007 г. по проекту творческой мастерской Заслуженного архитектора Беларуси Л. Левина в Красном Береге был открыт мемориальный комплекс «Детям – жертвам Великой Отечественной войны», как памятник всем детям военного лихолетья.

Память, исторически достоверная, должна жить и навечно оставаться в сердцах потомков.

### Список литературы

1. Без срока давности. Беларусь: преступления нацистов и их пособников против мирного населения на оккупированной территории БССР в годы Великой Отечественной войны. Гомельская область : сборник архивных документов и материалов / сост.: А. Р. Дюков, В. Д. Селеменев [рук.] [и др.] ; редкол.: А. К. Демянюк [и др.]. – Минск : НАРБ ; М. : Фонд «Историческая память», 2021. – 576 с.
2. Без срока давности. Геноцид. Гомельская область» / Редкол.: С. М. Беспалый (гл. ред.) [и др.]. – Гомель – Изд. КУП «Редакция газеты «Гомельская праўда», 2023. – 204 с.
3. Жиманов, Ян. Узников принуждали забывать, что они люди. Как работали жернова нацистских лагерей смерти

- [Электронный ресурс] / Ян Жиманов. – Режим доступа: <https://mlyn.by/19022023/uznikov-prinuzhdali-zabyvat-что-они-lyudi-kak-rabotali-zhernova-nacziistskih-lagerej-smerti>. – Дата доступа: 10.07.2023.
4. Малолетние заложники войны 1941–1945 г.: живые свидетельства Беларуси [Электронный ресурс]. – Режим доступа: [http://gwminsk.com/files/zhivye\\_svidetelstva\\_belarusi\\_pervomayskiy\\_rayon\\_g\\_minska.pdf](http://gwminsk.com/files/zhivye_svidetelstva_belarusi_pervomayskiy_rayon_g_minska.pdf). – Дата доступа: 11.07.2023.
  5. Материалы Государственного учреждения культуры «Жлобинский историко-краеведческий музей».
  6. Остарбайтеры [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://ru.wikipedia.org/wiki/%D0%9E%D1%81%D1%82%D0%B0%D1%80%D0%B1%D0%B0%D0%B9%D1%82%D0%B5%D1%80%D1%8B>. – Дата доступа: 10.07.2023.
  7. Памяць. Гіст.-дакум. хроніка Жлобіна і Жлобінскага раёна / Редкал.: Г. П. Пашкоў (гал. ред.) і інш. Маст. Э. Э. Жакевіч. – Мінск : БелЭн, 2000. – 752 с.

*Научное издание*

**ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ ТУРИЗМА  
В СОВРЕМЕННЫХ УСЛОВИЯХ:  
МИРОВЫЕ ТЕНДЕНЦИИ  
И РЕГИОНАЛЬНЫЕ КОНТЕКСТЫ**

Материалы III Международной  
научно-практической конференции  
Минск, 28 сентября 2023 г.

*Доклады публикуются в авторской редакции*

Ответственный за выпуск *Е. С. Патей*  
Корректоры: *Н. В. Козырева, Е. И. Костина,*  
*Т. В. Малеева, И. В. Счеснюк, Е. В. Шобик*

Подписано в печать 20.09.2023. Формат 60×84/16.  
Бумага офсетная. Печать цифровая.  
Усл. печ. л. 30,57. Уч.-изд. л. 24,75.  
Тираж 100 экз. Заказ 23586.

Издатель и полиграфическое исполнение:  
общество с ограниченной ответственностью «Колорград».  
Свидетельство о государственной регистрации  
издателя, изготовителя, распространителя печатных  
изданий № 1/471 от 28.07.2015.

Пер. Велосипедный, 5-904, 220033, Минск  
+375 17 361 91 40  
post@segment.by  
segment.by