

УТВЕРЖДЕНО

Протокол заседания
Межведомственного экспертно-
координационного совета по
туризму при Совете Министров
Республики Беларусь

от 7 октября 2020 г. № 05/34пр

НАЦИОНАЛЬНАЯ СТРАТЕГИЯ
развития туризма в Республике Беларусь до 2035 года

СОДЕРЖАНИЕ

ГЛАВА I. ОБЩИЕ ПОЛОЖЕНИЯ

ГЛАВА II. СОВРЕМЕННОЕ СОСТОЯНИЕ СФЕРЫ ТУРИЗМА

1. Общемировые тенденции развития туризма
2. Туризм в Республике Беларусь
 - 2.1. Анализ законодательства
 - 2.2. Современное состояние туризма
 - 2.3. Актуальные проблемы

ГЛАВА III. СТРАТЕГИЧЕСКИЕ ЦЕЛИ, ЗАДАЧИ, ЦЕЛЕВЫЕ ПОКАЗАТЕЛИ, ИНДИКАТОРЫ, ПРИНЦИПЫ РЕАЛИЗАЦИИ СТРАТЕГИИ

ГЛАВА IV. НАПРАВЛЕНИЯ РАЗВИТИЯ СФЕРЫ ТУРИЗМА

1. Совершенствование законодательной и институциональной базы сферы туризма, системы мониторинга развития сферы туризма
 - 1.1. Совершенствование нормативного правового регулирования в сфере туризма
 - 1.2. Совершенствование правил въезда и пребывания
 - 1.3. Совершенствование вертикали управления туризмом
 - 1.4. Совершенствование системы мониторинга развития сферы туризма
2. Маркетинг и продвижение национального туристического продукта
 - 2.1. Эффективное позиционирование Республики Беларусь на международном туристическом рынке
 - 2.2. Популяризация внутреннего туризма в Республике Беларусь
 - 2.3. Совершенствование форм и методов маркетинга в продвижении национального туристического продукта
3. Развитие туристической инфраструктуры
 - 3.1. Формирование туристско-рекреационной системы и создание территорий со специальным правовым режимом для развития туризма
 - 3.2. Создание доступной и комфортной туристической среды
 - 3.3. Расширение транспортной коммуникации и развитие транспортной инфраструктуры
4. Повышение доступности национального туристического продукта
5. Развитие инновационных технологий в сфере туризма
6. Развитие приоритетных видов туризма
7. Развитие кадрового потенциала туристической отрасли

ГЛАВА V. МЕХАНИЗМ, ФИНАНСИРОВАНИЕ И ОЖИДАЕМЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ РЕАЛИЗАЦИИ СТРАТЕГИИ

Приложение. Целевые показатели и индикаторы реализации Национальной стратегии развития туризма в Республике Беларусь до 2035 года

ГЛАВА I ОБЩИЕ ПОЛОЖЕНИЯ

Национальная стратегия развития туризма в Республике Беларусь на период до 2035 года (далее – Стратегия) является программным документом, определяющим:

поэтапное достижение целей эффективного и устойчивого функционирования сферы туризма в долгосрочной перспективе;

приоритетные направления и целевые показатели развития сферы туризма, условия формирования и функционирования туристической индустрии, согласованность действий органов государственного и местного управления, а также бизнеса.

Стратегия направлена на повышение экономической эффективности принимаемых управленческих решений в сфере туризма и иных видах экономической деятельности, связанных с туризмом, и является основой для формирования планов развития туризма на республиканском и региональном уровнях и государственных программ в данной сфере.

Стратегия строится на основе анализа мировых тенденций, актуального состояния сферы туризма в Республике Беларусь, максимального использования туристического потенциала страны, в том числе интеграции усилий со стороны смежных отраслей и видов деятельности, и в соответствии с положениями Национальной стратегии устойчивого развития Республики Беларусь до 2035 года.

Реализация Стратегии будет способствовать достижению Республикой Беларусь отдельных целей устойчивого развития посредством увеличения вклада туризма в экономику страны, обеспечивающего ее инновационное развитие, высокий уровень конкурентоспособности, создание новых рабочих мест и рост качества жизни населения.

ГЛАВА II СОВРЕМЕННОЕ СОСТОЯНИЕ СФЕРЫ ТУРИЗМА

1. Общемировые тенденции развития туризма.

Туризм – третий по величине экспорта сектор мировой экономики (после экспорта химикатов и топлива). Каждое десятое рабочее место создано в сфере туризма.

Согласно данным Всемирной туристской организации (далее – ЮНВТО) мировой объем экспорта туристических услуг в 2018 году составил 1,7 трлн. долларов США, а международные туристические прибытия достигли 1,4 млрд. человек. К 2030 году ожидается увеличение последнего показателя до 1,8 млрд. человек. При этом, по оценкам экспертов, въездной туризм формирует лишь

одну четвертую общих доходов от туризма, тогда как три четверти этих доходов приходится на внутренний туризм.

Согласно оценкам экспертов Всемирного совета по туризму и путешествиям, доходы индустрии туризма и путешествий в 2019 году составляли 10,3 процента мирового валового внутреннего продукта (далее – ВВП) и имели темпы роста, опережающие рост мировой экономики на 3,5 процента. На международный туризм приходилось 30 процентов мирового экспорта услуг и 7 процентов суммарного экспорта товаров и услуг.

В последнее десятилетие сфера туризма обеспечивала создание 20 процентов новых рабочих мест, а привлечение 30 новых туристов, как правило, сопровождалось потребностью в создании одного нового рабочего места.

В 2020 году развитие сферы туризма происходит в условиях мирового туристического кризиса, вызванного пандемией коронавируса COVID-19 и последующими ограничительными мерами. Следствием этого стало практически полное отсутствие международных выездных и въездных туристических потоков, консервация и приостановление деятельности ряда субъектов туристической деятельности и индустрии в целом, кадровые потери.

За первое полугодие 2020 г. данный показатель упал на 65 процентов к уровню предыдущего года, что привело к потерям мирового объема экспорта туристических услуг в размере 460 млрд. долларов США.

По прогнозам ЮНВТО, ожидается рост всех показателей развития международного туризма уже в 2021 году. Тем не менее для возврата к докризисному уровню понадобится от 2,5 до 4 лет.

До появления вакцины или эффективного лекарства от коронавируса COVID-19 туристическая сфера будет работать в условиях ограничений с постепенным медленным восстановлением выездных и въездных туристических потоков.

В настоящее время наблюдается постепенное возобновление международных туристических поездок. При спокойной эпидемиологической ситуации ЮНВТО ожидает окончательное восстановление отрасли во второй половине 2021 года.

2. Туризм в Республике Беларусь.

2.1. Анализ законодательства.

Основным законодательным актом, комплексно регулирующим сферу туризма Республики Беларусь, является Закон Республики Беларусь от 25 ноября 1999 г. № 326-З "О туризме". В данном Законе в качестве приоритетных направлений государственного регулирования в сфере

туризма определены поддержка и развитие туристической индустрии, международного въездного и внутреннего туризма.

Реализация данных приоритетов регламентирована:

Налоговым кодексом Республики Беларусь (установлены льготы по налогу на добавленную стоимость (далее – НДС) в отношении оборотов по реализации туристических услуг (услуг, оказанных в комплексе, входящем в тур) в пределах территории Республики Беларусь, отдельные льготы в отношении объектов придорожного сервиса, низкая ставка сбора за осуществление деятельности по оказанию услуг в сфере агротуризма);

Указом Президента Республики Беларусь от 2 июня 2006 г. № 371 ”О некоторых мерах государственной поддержки развития туризма в Республике Беларусь“ (определены гарантии инвесторов от национализации их вкладов, направленных на развитие объектов туристической индустрии как в процессе их строительства, так и после ввода в эксплуатацию);

указами Президента Республики Беларусь от 2 июня 2006 г. № 372 ”О мерах по развитию агротуризма в Республике Беларусь“ и от 9 октября 2017 г. № 365 ”О развитии агротуризма“ (предусмотрена преференциальная поддержка агротуризма, в том числе льготное кредитование субъектов данной сферы).

Применение указанных льгот и стимулирующих мер повлияло на рост количества объектов туристической индустрии (в особенности агроусадеб: с 34 в 2006 году до 2760 в 2019 году) и формирование имиджа Республики Беларусь как страны, привлекательной для туризма.

Значительное влияние на развитие туризма оказывают проводимая в Республике Беларусь политика **либерализации визового режима**, направленная на упрощение пребывания иностранных граждан на территории Республики Беларусь, и принятие соответствующих нормативных правовых актов.

В настоящее время в Беларуси действуют следующие безвизовые режимы:

основной безвизовый режим – через Национальный аэропорт Минск на срок до 30 дней для граждан 74 государств, безопасных в миграционном плане, а также посещение безвизовой территории ”Брест-Гродно“ на срок до 15 дней (указы Президента Республики Беларусь от 9 января 2017 г. № 8 и от 7 августа 2019 г. № 300 соответственно);

безвизовые режимы, установленные в соответствии с двусторонними или многосторонними международными договорами;

временные безвизовые режимы, которые устанавливаются под крупные международные события в стране.

С 1 июля 2020 г. вступили в силу изменения в Закон Республики Беларусь от 4 января 2010 г. № 105-З "О правовом положении иностранных граждан и лиц без гражданства в Республике Беларусь", согласно которым иностранные граждане могут находиться на территории Республики Беларусь без регистрации в течение 10 суток.

Законодательно установлены меры по стимулированию развития объектов придорожного сервиса. Указом Президента Республики Беларусь от 15 мая 2008 г. № 270 "О мерах по развитию придорожного сервиса" предусмотрена возможность предоставления организациям и индивидуальным предпринимателям кредитов для строительства и (или) реконструкции объектов придорожного сервиса и инженерной инфраструктуры к ним на срок до пяти лет по льготным ставкам.

В целях создания комплексов санаторно-курортных и оздоровительных организаций на основе централизации медицинского, культурно-бытового и хозяйственного обслуживания и единого архитектурно-пространственного решения утверждена Генеральная схема размещения зон и объектов оздоровления, туризма и отдыха Республики Беларусь на 2016 – 2020 годы и на период до 2030 года (постановление Совета Министров Республики Беларусь от 15 декабря 2016 г. № 1031) (далее – Генеральная схема).

В соответствии с Генеральной схемой в Республике Беларусь предусматривается развитие 11 курортов и 149 зон отдыха. Кроме того, запланировано создание двух лечебно-оздоровительных местностей.

Развитие сферы туризма осуществляется в соответствии с государственными программами, разрабатываемыми, как правило, на пятилетку. В настоящее время реализуется Государственная программа "Беларусь гостеприимная" на 2016 – 2020 годы (постановление Совета Министров Республики Беларусь от 23 марта 2016 г. № 232).

В данной программе для каждого года реализации установлен сводный целевой показатель (экспорт туристических услуг в 2020 году – 257 млн. долларов США), а также целевые показатели (основные из них – численность туристов и экскурсантов, отправленных по маршрутам в пределах территории Республики Беларусь, и численность иностранных граждан, посетивших Республику Беларусь (в 2020 году – 980 тыс. человек и 4842 тыс. человек соответственно).

По итогам 2019 года реализация указанной программы признана высокоэффективной.

2.2. Современное состояние туризма.

В 2016 году удельный вес Республики Беларусь в прямых доходах мирового туризма составлял 0,04 процента (по данным Всемирного совета

по туризму и путешествиям), вклад сферы туризма в ВВП страны – 2,2 процента (в 2014 году – 1,8 процента)*.

Существенная либерализация визового режима, упрощение процедуры регистрации иностранных граждан, совершенствование туристической инфраструктуры, проведение в стране значимых международных мероприятий, развитие национальной системы онлайн-бронирования, иные меры позволяли сфере туризма демонстрировать в последние годы устойчивый рост.

По итогам 2019 года экспорт туристических услуг составил 265,4 млн. долларов США (при плане 240 млн. долларов США) и вырос в 1,66 раза к уровню 2016 года.

Увеличилась численность иностранных граждан, посетивших Республику Беларусь через пункты пропуска: в 2019 году их количество составило 5 млн. человек (120,2 процента к уровню 2016 года), с учетом белорусско-российского участка границы – 11,8 млн. человек (108,3 процента к уровню 2016 года).

Количество организованных туристов и экскурсантов, посетивших Республику Беларусь в 2019 году, составило 405,5 тыс. человек (186,5 процента к уровню 2016 года).

Осуществляется диверсификация рынков туристических услуг. Соотношение въезжающих организованных туристов и экскурсантов – граждан стран – участниц СНГ и граждан иных стран сократилось с 4,7 : 1 в 2016 году до 1,2 : 1 в 2019 году.

В пятерку стран, граждане которых наиболее часто посещали нашу страну в 2019 году, вошли Россия, Литва, Польша, Латвия, Китай.

Численность организованных туристов и экскурсантов, отправленных по маршрутам в пределах территории Республики Беларусь, в 2019 году составила 1,1 млн. человек (11,7 в расчете на 100 жителей), а общая стоимость внутренних организованных туров и экскурсий – 33,7 млн. рублей (3,6 рублей в расчете на одного жителя страны).

Безвизовое посещение (в общей численности иностранных граждан, посетивших Республику Беларусь) увеличилось с 0,1 процента в 2016 году (4370 человек) до 6 процентов в 2019 году (303,1 тыс. человек).

Прирост безвизовых посещений к предыдущему году в 2018 и 2019 годах составлял 165,3 и 137,8 процента соответственно.

Безвизовый режим стал импульсом для реализации инвестиционных проектов, активности малого и среднего бизнеса, в том числе в реализации инвестиционных договоров по строительству гостиниц крупных международных брендов.

* По результатам построения Вспомогательного счета туризма Республики Беларусь.

По виду экономической деятельности ”Творчество, спорт, развлечения и отдых“ инвестиции в основной капитал составили: в 2016 году – 220,2 млн. рублей, в 2017 году – 287,6 млн. рублей, в 2018 году – 502,9 млн. рублей (значительный рост связан с подготовкой ко II Европейским играм 2019 года в Республике Беларусь), в 2019 году – 359,4 млн. рублей.

В 2019 году туристические услуги оказывали 1544 субъекта, услуги размещения – 1089 коллективных средств размещения с номерным фондом 40,8 тыс. номеров (в том числе 597 гостиниц и аналогичных средств размещения, 492 санаторно-курортных, оздоровительных организаций и других специализированных средства размещения) и 2760 субъектов агроэкотуризма.

Субъектами туристической деятельности и агроэкотуризма, коллективными и индивидуальными средствами размещения было обслужено более 6,7 млн. человек (в 2016 году – 5,1 млн. человек), в том числе в агроэкоусадебках – более 514,8 тыс. человек (в 2016 году – 301,8 тыс. человек).

В организациях здравоохранения медицинские услуги оказаны 165 тыс. иностранных граждан (в 2016 году – 150 тыс. человек).

Вместимость коллективных средств размещения составляет (в расчете на 1000 человек населения) 9,4 места.

Доля занятых в сфере туризма в общей численности занятых в экономике Беларуси увеличилась с 5,5 процента (242,8 тыс. человек) в 2016 году до 5,6 процента (243,3 тыс. человек) в 2019 году.

Для сведения: по данным Всемирного совета по туризму и путешествиям, количество занятых в туристическом секторе на 2019 год составило 330 млн. человек, или 10 процентов от общей мировой занятости.

Величина валовой добавленной стоимости, созданной в сфере туризма, в 2016 году составила 2,1 млрд. рублей и по сравнению с 2014 годом увеличилась в фактических ценах на 47,3 процента.

В туристические маршруты включено более 1440 памятников архитектуры, что составляет 53 процента от количества памятников, включенных в Государственный список историко-культурных ценностей Республики Беларусь

По состоянию на конец 2019 года в данный список включена 5581 историко-культурная ценность, в том числе недвижимых и движимых материальных историко-культурных ценностей – 5352 и 101 соответственно, нематериальных историко-культурных ценностей – 128.

Из них объектами туризма в полном объеме являются 72 объекта, имеющие всемирное и международное значение, 57 процентов объектов,

имеющих национальное значение, и 22 процента объектов, имеющих региональное значение.

Ведется активная работа по восстановлению и реставрации памятников архитектуры и культуры (дворец Пусловских в г.Коссово, дворец Воловичей в дер.Святск и иные) и включению их в туристические маршруты.

По итогам 2019 года в реестре значилось 812 аттестованных экскурсоводов, 207 гидов-переводчиков.

Исходя из имеющегося туристического потенциала, тенденций спроса, конкурентной среды в Беларуси получили развитие как традиционные (культурно-познавательный, лечебно-оздоровительный, охотничий, религиозный, экологический, агроэкотуризм), так и более современные (активный, гастрономический, деловой (MICE*), ностальгический, медицинский, образовательный, промышленный, событийный) виды туризма. Классификация видов туризма регулярно дополняется с учетом международного опыта и изменений потребительского спроса.

Пандемия, вызванная коронавирусом COVID-19, потребовала произвести переориентацию туристического потока на внутренний рынок, выработать потребительскую привычку к путешествиям внутри страны. Сохранение этого тренда в будущих периодах будет зависеть от качества оказания услуг, их разнообразия, развития туристической инфраструктуры и широкой информационной кампании среди граждан.

В связи со стремительным ухудшением эпидемиологической ситуации в мире темп роста экспорта туристических услуг в Беларуси по итогам I квартала и I полугодия 2020 г. составил 89,8 и 40,2 процента соответственно к аналогичным периодам 2019 года.

2.3. Актуальные проблемы.

Несмотря на принятие ряда мер, направленных на развитие туризма, вклад данной сферы в экономику страны остается незначительным.

В соответствующем мировом рейтинге Беларусь занимает 135-е место и относится к категории стран, в которых туризм не играет значимой роли для национальной экономики.

Основные **проблемы**, сдерживающие развитие туризма в стране:

1) низкие темпы развития внутреннего туризма, доминирование международного выездного туризма над внутренним по темпам роста.

По результатам 2019 года в Беларуси число организованных туристов и экскурсантов – граждан Республики Беларусь, отправленных по маршрутам тура в пределах территории Республики Беларусь

* Направление делового туризма, связанное с организацией и проведением корпоративных мероприятий.

(внутренний туризм), превышало число таких туристов и экскурсантов, выехавших за границу (выездной туризм), всего в 1,1 раза. Количество организаций, работающих на выездной туризм, ежегодно увеличивается. Вместе с тем, согласно рекомендациям ЮНВТО, в целях обеспечения национальных интересов соотношение между внутренним и выездным туризмом должно составлять 4 : 1.

Половина туристических организаций (757) занимались только выездным туризмом (в 2018 году – 46 процентов от их общего количества, в 2017 году – 43,6 процента).

Одной из причин возникновения данной ситуации является недостаточность мер государственной поддержки внутреннего и въездного туризма. Как следствие, большинство туристических организаций ориентированы на значительно более доходный выездной туризм.

В 2019 году стоимость туров, оплаченных туристами и экскурсантами по выездному туризму, в 9,1 раза превысила стоимость туров по въездному и внутреннему туризму. При этом от 80 до 90 процентов уплаченных средств за выездные туры ушло зарубежным туроператорам.

Стоимость выездных туров, в свою очередь, составила 948 млн. рублей, въездных и внутренних туров – более 100 млн. рублей (70,5 млн. рублей и 33,7 млн. рублей соответственно).

Основной льготой для субъектов туристической деятельности, специализирующихся на въездном туризме, является установленный перечень туристических услуг, обороты по реализации которых освобождаются от обложения НДС.

Недостаточная заинтересованность белорусов в путешествиях по своей стране отрицательно сказывается на работе гостиниц и аналогичных средств размещения: их коэффициент загрузки в 2019 году составил 32,2 процента. При этом доля размещенных в них граждан Республики Беларусь снизилась на 5,7 процента по сравнению с 2016 годом (в 2019 году – 46,4 процента, в 2016 году – 52,1 процента);

2) отсутствие эффективной управленческой вертикали в сфере туризма.

В настоящее время государственная вертикаль управления туристической отраслью включает:

Министерство спорта и туризма, которое осуществляет управленческие функции через подчиненное подразделение – Департамент по туризму (8 государственных служащих и 2 административно-технические штатные единицы);

ГУ "Национальное агентство по туризму" – некоммерческая организация, занимающаяся практической реализацией государственной политики в сфере туризма (24,5 ставки);

главные управления (управления) спорта и туризма облисполкомов Минского горисполкома, а также управления образования, спорта и туризма, отделы (секторы) спорта и туризма рай-, горисполкомов и иные. Из 223 штатных единиц, работающих в них, только 46 специалистов (20,6 процента от общей численности штатных единиц), основными функциональными обязанностями является решение вопросов в сфере туризма.

Такая структура в рай- и горисполкомах не позволяет наладить системную работу, в результате чего вопросы развития сферы туризма решаются по остаточному принципу. Кроме того, специалисты подразделений, как правило, не имеют профильного образования, специальных знаний по продвижению туристического продукта и применению соответствующих IT-технологий, слабо владеют иностранными языками.

Для сведения: в Национальной туристической администрации Грузии работает 80 человек. Помимо этого, функционирует Департамент туризма и курортов Аджарии (30 сотрудников), к системе которого относится также Агентство по развитию туристических продуктов.

В Департаменте по туризму Польши насчитывается 24 человека, а подчиненная Департаменту организация "Polska Izba Turystyki" имеет многочисленные представительства, в том числе за рубежом.

В Государственном комитете по развитию туризма Узбекистана работает около 90 человек. Функционируют территориальные подразделения комитета, учебно-консалтингового центра туризма, центра обслуживания туристов, Национального PR-центра, центра сертификации туристских услуг;

3) дефицит квалифицированных кадров, соответствующих требованиям рынка труда.

В настоящее время в Республике Беларусь подготовку кадров для сферы туризма осуществляют 8 учреждений среднего специального образования и 16 учреждений высшего образования (ежегодный выпуск – 260 – 290 и 1550 – 1835 специалистов соответственно). Обучение осуществляется преимущественно на платной основе. Из общего количества выпускников распределяются и трудоустраиваются в соответствии с полученной специальностью от 18 до 24 процентов выпускников (или 100 процентов выпускников, получивших профессию за счет средств бюджета). Остальные выпускники устраиваются на работу самостоятельно. Их трудоустройство не отслеживается.

По причине отсутствия республиканской системы мониторинга и прогнозирования потребности в профессиональных кадрах для сферы туризма, а также взаимодействия заинтересованных сторон по обмену информацией контрольные цифры приема формируются стихийно без учета запросов работодателей. При этом руководители туристических организаций неоднократно высказывались о необходимости обучения (переобучения) молодых специалистов на рабочих местах, что говорит о недостаточном практическом компоненте подготовки специалистов в учреждениях образования.

В соответствии с действующими в нашей стране типовыми учебными планами объем практических занятий составляет от 8 до 17 недель за весь период обучения. В то же время в одной из ведущих мировых школ, осуществляющих подготовку специалистов для сферы туризма (г.Лозанна, Швейцария), учеба включает 23 недели теоретического обучения и 23 недели стажировки в год. При этом половина стажировки – в другой стране.

Кроме того, содержание обучения не коррелируется с европейскими образовательными стандартами и квалификациями, что значительно затрудняет процессы организации практического обучения;

4) недостаточное финансирование отрасли.

Ограниченность финансирования не позволяет обеспечивать реализацию современной маркетинговой программы и постоянную широкую рекламно-информационную кампанию по продвижению туристических возможностей республики за рубежом.

Так, на весь период действия Государственной программы "Беларусь гостеприимная" на 2016 – 2020 годы запланировано 13,6 млн. рублей (5,5 млн. долларов США). В то же время стоимость продвижения туристического потенциала на влиятельных платформах и ведущими телекомпаниями (CNN, BBC, "Euronews", "Facebook", "National Geographic", "Expedia", иные) начинается от 30 тыс. долларов США.

Для сведения:

заинтересованные в развитии туризма страны расходуют на маркетинг и продвижение своего туристического потенциала в среднем не менее 2 процентов государственного бюджета.

расходы бюджета Литвы на маркетинг и рекламу составляют приблизительно 7 млн. евро в год, Российской Федерации – 4 млн. евро, Польши – 7,4 млн. евро, Словении – 27 млн. евро (из них на продвижение в социальных сетях – 3 млн. евро), Азербайджана – около 15 млн. евро.

Сейшельские острова и Доминиканская Республика тратят на указанные цели по 22 процента своего государственного бюджета, Ямайка – 17 процентов, Иордания, Исландия и Сингапур – по 10 процентов.

На развитие туризма в Грузии в 2019 году выделено около 19,3 млн. долларов США. Государственным комитетом по туризму Узбекистана совместно с Европейским банком реконструкции и развития начата работа по реализации проекта "Основа интеграции культурного наследия". Общая сумма финансирования проекта составляет 330 млн. долларов США, из них на поддержку проектов предпринимателей в сфере туризма предусмотрено направить 145 млн. долларов США, на улучшение инфраструктуры – 180 млн. долларов США, сохранение объектов культурного наследия – 5 млн. долларов США;

5) недостаточная представленность туристического потенциала Республики Беларусь в интернет-пространстве.

Доля онлайн-бронирования, связанного с путешествиями, составляет в мире в среднем 65 процентов, а бронирование через туркомпании – 24 процента.

В сфере туризма Республики Беларусь функционирует несколько интернет-ресурсов (vetliva.by, belarus.travel), претендующих на роль единого интернет-ресурса о туризме в Беларуси. Вместе с тем ни один из них не интегрирован в ведущие мировые интернет-площадки по бронированию туристических услуг. На указанных площадках Беларусь представлена немногочисленными отдельными объектами туризма и средствами размещения;

б) недостаточный уровень развития туристической инфраструктуры (отсутствие необходимого количества мест проживания и объектов питания, торговли, транспортной инфраструктуры).

В структуре въездных туристических потоков преобладают транзитные и однодневные поездки без использования действующих средств размещения, формирующих основную часть доходов туристической отрасли.

Услугами коллективных и индивидуальных средств размещения различного типа в 2019 году воспользовались 12,7 процента въездного туристического потока (1,5 из 11,8 млн. человек).

Прежде всего в стране отмечается нехватка средств размещения экономичного и среднего ценового сегмента, предлагающих стандартизированный набор услуг, а также средств размещения, позволяющих принимать большие организованные группы туристов, в отдельных популярных в настоящее время центрах туризма.

В Беларуси единовременная вместимость гостиниц и аналогичных средств размещения в расчете на 1000 человек населения составляет 4,1 места, в Польше – 7,37, в Литве – 9,21, в Латвии – 12,68 места.

На эффективность использования имеющегося туристического потенциала влияют также низкий уровень владения персоналом

иностранными языками, неконкурентная стоимость туристического продукта Беларуси, недостаточная транспортная доступность;

7) отсутствие возможности транзитного отдыха, фрагментация, множественность безвизовых режимов.

В настоящее время Беларусь ”выпала“ из комбинированных туров, включающих посещение стран Восточной Европы и России. Как следствие, транзитная прибыль остается в Прибалтике. Кроме того, отсутствует возможность комбинированных авиатуров с вылетом из г.Москвы и г.Санкт-Петербурга по безвизовому режиму из-за невозможности легального въезда на территорию Российской Федерации. Проблемой является также невозможность обратного пересечения гражданами СНГ (узбеками, казахами, киргизами) границы с Российской Федерацией в составе организованных автобусных групп, в том числе теми, кто постоянно проживает в России, имеет работу и регистрацию и ввиду данных ограничений не может посетить Беларусь в таком порядке.

Фрагментация, множественность безвизовых режимов запутывает иностранцев. В связи с этим необходимо унифицировать безвизовые режимы путем поэтапного их распространения на областные аэропорты, а затем – на наземные пункты пропуска.

Кроме того, существующие дополнительные административные процедуры (в частности, необходимость регистрации) также создают дополнительные трудности для иностранных туристов;

8) низкая инвестиционная привлекательность сферы туризма.

Сохраняется низкий объем привлеченных в сферу туризма иностранных инвестиций, так как их основной поток направляется в производственную сферу.

Значительный объем прямых иностранных инвестиций в Республике Беларусь привлекается в инфраструктурные отрасли экономики, а также промышленность.

По данным Белстата, на 1 января 2020 г. в промышленности накоплено 39,9 процента всех прямых иностранных инвестиций, оптовой и розничной торговле, ремонте автомобилей и мотоциклов – 14,7, операциях с недвижимым имуществом – 10,7, транспортной деятельности, складировании, почтовой и курьерской деятельности – 9,3, информации и связи – 8,3, строительстве – 3,9, финансовой и страховой деятельности – 4,6, профессиональной, научной и технической деятельности – 4,1, сельском, лесном и рыбном хозяйстве – 1,4 процента;

9) пандемия коронавируса COVID-19 в 2020 году и закрытие границ большинством стран.

Закрытие границ, сокращение авиа-, железнодорожного и автобусного сообщения, рекомендации правительств ряда стран воздержаться

от зарубежных поездок и запреты выезда за границу стали причиной падения экспорта туристических услуг в 2020 году (по прогнозам, к концу года он составит 40 процентов к уровню 2019 года).

В случае стабилизации ситуации можно прогнозировать восстановление на уровне показателей 2019 года неорганизованных потоков – в III квартале 2020 г. (согласно структуре экспорта туристических услуг в 2019 году их доля составила около 50 процентов от общего количества), организованных групп – не ранее IV квартала 2020 г.).

Данные обстоятельства требуют принятия дополнительных мер по стабилизации ситуации на рынке туристических услуг.

ГЛАВА III СТРАТЕГИЧЕСКИЕ ЦЕЛИ, ЗАДАЧИ, ЦЕЛЕВЫЕ ПОКАЗАТЕЛИ, ИНДИКАТОРЫ, ПРИНЦИПЫ РЕАЛИЗАЦИИ СТРАТЕГИИ

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

увеличение вклада туризма в экономику Республики Беларусь с 2,2 процента* в 2016 году до 3,1 процента в 2035 году;

увеличение доли Республики Беларусь в мировых туристических доходах с 0,04 процента в 2016 году до 0,1 процента в 2035 году;

вхождение Республики Беларусь в число 100 дестинаций устойчивого туризма и в число 50 стран с наиболее высоким показателем индекса конкурентоспособности в сфере путешествий и туризма.

Для достижения стратегических целей необходимо решение следующих задач.

Организационные задачи:

создание эффективной управленческой вертикали в сфере туризма;

совершенствование нормативной правовой базы в данной сфере;

создание условий для объединения, взаимодействия и развития субъектов туристической индустрии на основе кластерной модели в целях формирования, продвижения и реализации конкурентоспособного туристического продукта;

развитие и совершенствование отечественных сервисов онлайн-бронирования, их последующая интеграция в единую защищенную электронную платформу;

увеличение финансирования маркетинговых мероприятий, направленных на продвижение туристического потенциала Республики Беларусь;

принятие мер по стабилизации деятельности сферы туризма в постэпидемиологический период.

* По результатам построения Вспомогательного счета туризма Республики Беларусь.

Экономические задачи:

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

доведение объема экспорта туристических услуг с 265,4 млн. долларов США в 2019 году до 1 млрд. долларов США в 2035 году;

диверсификация направлений въездного туризма, увеличение доли туристических прибытий из стран Организации экономического сотрудничества и развития* (ОЭСР) до 40 процентов;

доведение средних расходов на одну въездную поездку с 250 долларов США до 300 долларов США;

увеличение доли занятых в сфере туризма в общей численности занятых в экономике с 5,6 процента до 8 процентов.

Инфраструктурные задачи:

создание 9 специальных туристско-рекреационных парков с преференциальным режимом ведения бизнеса для их резидентов, определение действенной системы льгот и преференций, эффективной для развития туристической инфраструктуры и наращивания экспорта туристических услуг на их территории;

создание с привлечением внебюджетных источников финансирования экстерриториального Парка (инкубатора) внутреннего и въездного туризма;

формирование и развитие сети регулярно функционирующих туристических информационных центров в каждом регионе республики и за рубежом;

наращивание инвестиций в туристическую индустрию с 300 млн. долларов США до 500 – 600 млн. долларов США в 2035 году;

увеличение единовременной вместимости коллективных средств размещения (в расчете на 1000 человек населения) с 9,4 места в 2019 году до 10 мест в 2035 году;

увеличение численности организованных туристов и экскурсантов – граждан Республики Беларусь, отправленных по маршрутам тура в пределах территории Республики Беларусь, с 1,1 млн. человек в 2019 году до 2 млн. человек в 2035 году;

увеличение численности граждан Республики Беларусь, останавливающихся в коллективных и индивидуальных средствах размещения, с 2,3 млн. человек в 2019 году до 3,5 млн. человек в 2035 году.

* Международная межгосударственная организация экономически развитых стран, признающих принципы представительной демократии и свободной рыночной экономики.

Задачи в области человеческих ресурсов:

развитие доступного массового внутреннего туризма, в том числе социального, как важнейшего средства оздоровления, культурного развития, укрепления института семьи, патриотического воспитания;

повышение качества сервиса;

обеспечение сферы туризма квалифицированными кадрами.

Основные целевые показатели и индикаторы реализации Стратегии представлены в приложении.

Вместе с тем прогнозирование развития туристической индустрии затрудняется ввиду возможностей наступления рисков природного, политического, экономического, техногенного и эпидемиологического характера.

В случае длительного влияния эпидемиологического риска, вызванного пандемией коронавируса COVID-19, сопровождающегося рецессией мировой экономики, выполнение основных показателей реализации Стратегии в 2025 году может составить 50 – 60 процентов от заявленного.

Реализация Стратегии основывается **на принципах:**

приоритетного развития внутреннего и международного въездного туризма;

поэтапности планирования и реализации стратегических целей и задач;

комплексности усилий государственного управления, частного бизнеса и общественности при реализации поставленных целей и задач;

первичности туристического спроса перед предложением при недопущении существенного отставания последнего;

эффективности использования туристического потенциала при условии сохранения культурного наследия и биологического разнообразия;

повышения инвестиционной привлекательности и преференциальной поддержки инновационных проектов в сфере туризма, в том числе реализуемых частным бизнесом и на основе государственно-частного партнерства;

активности регионов, общественных организаций и бизнеса в развитии сферы туризма;

интеграции инновационных, в том числе цифровых, технологий в сферу туризма.

ГЛАВА IV НАПРАВЛЕНИЯ РАЗВИТИЯ СФЕРЫ ТУРИЗМА

1. Совершенствование законодательной и институциональной базы сферы туризма, системы мониторинга развития сферы туризма.

1.1. Совершенствование нормативного правового регулирования в сфере туризма.

Работа в данном направлении будет организована с учетом прогрессивного международного опыта, а также практики применения национального законодательства. Планируется активно привлекать субъекты туристической индустрии, общественные объединения в сфере туризма и представителей туристического бизнеса.

Работа будет направлена на:

разработку стимулирующих мер по развитию внутреннего туризма и повышению его инвестиционной привлекательности;

повышение ответственности за нарушение законодательства в сфере туризма, усиление механизмов защиты прав потребителей туристических услуг;

введение институтов обеспечения ответственности туристических операторов;

регламентацию организации социального туризма;

совершенствование законодательства о деятельности в сфере экскурсионного обслуживания;

укрепление вертикали государственного управления туризмом;

повышение качества оказания туристических услуг.

1.2. Совершенствование правил въезда и пребывания.

Важным шагом в развитии въездного туризма в Республику Беларусь станет ратификация и вступление в силу межправительственного соглашения о взаимном признании виз с Российской Федерацией, подписанного 19 июня 2020 г. в г.Минске.

Соглашение предусматривает право иностранцев въезжать, выезжать, пребывать, следовать транзитом по территории двух государств на основании визы одного из них и документов, удостоверяющих личность. Иностранные граждане смогут следовать воздушным, железнодорожным транспортом, а также по шести автомобильным дорогам, которые определены в приложении к данному соглашению.

Дополнительными мерами по совершенствованию правил въезда и пребывания иностранных граждан в Республике Беларусь являются:

продление до 30 дней срока, в течение которого данные граждане могут находиться без регистрации на территории Республики Беларусь;

введение электронной визы;

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

введение безвизового передвижения иностранных граждан через все пункты пропуска;

введение системы авторизации иностранных туристов, пребывающих в безвизовом режиме по заявительному принципу посредством электронной анкеты в глобальной компьютерной сети Интернет либо при регистрации на авиарейс.

1.3. Совершенствование вертикали управления туризмом.

Выстраивание управленческой вертикали в сфере туризма предлагается осуществлять исходя из особенностей туристической индустрии каждого региона. Предполагается наличие не менее одного специалиста в регионе, основными функциональными обязанностями которого является решение вопросов в сфере туризма.

Планируется расширить функции Департамента по туризму Министерства спорта и туризма, а его кадровый потенциал укрепить специалистами, имеющими экономическое и юридическое образование.

Параллельно необходимо осуществлять процесс по реформатированию деятельности ГУ "Национальное агентство по туризму" (далее – агентство).

В целях повышения эффективности работы агентства необходимо существенно увеличить его штат для интенсивности работы по двум основным направлениям – внутренний и международный (въездной) туризм (в том числе через создание филиалов в регионах), а также значительно расширить функциональные обязанности сотрудников агентства.

При этом общая численность работников агентства составит 63 штатные единицы, в том числе 18 штатных единиц в областях (по 3 единицы в каждом областном центре).

В будущем планируется создание филиалов в городах с населением более 100 тыс. человек, которые станут центрами спроса и предложения для развития туризма. Филиалы агентства также могут выполнять функции туристско-информационных центров.

Исходя из наличия гарантированного экономического эффекта для Беларуси необходимо проработать вопрос о создании в ближайшей и среднесрочной перспективе филиалов агентства за рубежом.

В части развития внутреннего туризма планируются усиление аналитической составляющей, разработка и реализация мероприятий по повышению качества туристических услуг, обеспечению деятельности по их сертификации, организации обучающих курсов для подготовки экскурсоводов, гидов-переводчиков, руководителей туристических групп.

В части развития международного (въездного) туризма планируется осуществлять анализ зарубежных рынков для выявления наиболее перспективных для экспорта туристических услуг, изучение и анализ мировых тенденций развития туризма, передового опыта зарубежных стран, активное продвижение туристического потенциала страны на мировые рынки с использованием современных форм и методов, подготовку соответствующих рекомендаций для развития туризма в Республике Беларусь, разработку целевых программ по развитию международного (въездного) туризма.

1.4. Совершенствование системы мониторинга развития сферы туризма.

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

Разработка официальной статистической методологии по статистике туризма для формирования соответствующей официальной статистической информации осуществляется в соответствии с международными стандартами в области статистики.

Построение Вспомогательного счета туризма Республики Беларусь осуществляется в соответствии с международными рекомендациями «Вспомогательный счет туризма: рекомендуемая методологическая основа, 2008», что позволило оценить прямой вклад сферы туризма в ВВП страны. Собирабельная группировка по видам экономической деятельности «Сфера туризма (виды экономической деятельности, характерные для туризма)» позволила разработать Классификацию продуктов, отраслей туризма и других отраслей экономики в сфере туризма Республики Беларусь, которая является основополагающим инструментом для определения связанного со сферой туризма спроса на конкретные товары и услуги и сопоставления этого спроса с предложением.

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

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

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

совершенствование организации и проведения специальных мониторингов автомобильного транспорта, въезжающего на территорию Республики Беларусь;

расширение информационной базы для построения Вспомогательного счета туризма Республики Беларусь путем координации действий всех заинтересованных;

укрепление межведомственного обмена данными и развитие международного сотрудничества в области статистики туризма.

2. Маркетинг и продвижение национального туристического продукта.

2.1. Эффективное позиционирование Республики Беларусь на международном туристическом рынке.

Основной целью маркетинговой деятельности в сфере туризма является повышение информированности белорусских и иностранных граждан о возможностях и преимуществах белорусского национального туристического продукта, формирование представления о Республике Беларусь как стране, благоприятной для туризма.

Сильными сторонами белорусского туризма являются:

выгодное географическое положение (близость к Западной Европе и Скандинавии – туристическому рынку с очень высоким финансовым потенциалом);

взаимный интерес Беларуси и России к развитию сотрудничества в сфере туризма, которое объединяет две страны в контексте экономики и культуры и обеспечивает поддержание связей между народами;

древняя и богатая история, самобытная культура (15 тыс. объектов, имеющих историческую, культурную и архитектурную значимость);

богатый природный потенциал, включающий уникальные водно-болотные угодья, реликтовый лес.

Для эффективной маркетинговой политики необходимы:

комплексное изучение специфики целевых рынков, включая потребительские предпочтения, культурные особенности целевой аудитории, уровень информированности жителей иностранных государств о Республике Беларусь, ее восприятие (в том числе стереотипы и потребительский опыт). В первую очередь упор будет сделан на традиционные рынки (страны-соседи, государства – члены СНГ, Китай) с обязательным расширением присутствия в Австралии, странах Европы, Северной Америки, иных странах;

расширение целевых рынков и групп по мере развития инфраструктуры, вывода на рынок новых туристических продуктов, создания новых каналов продаж и коммуникаций;

увеличение финансирования маркетинговых мероприятий, направленных на продвижение туристического потенциала Республики Беларусь;

создание механизмов, обеспечивающих оказание качественных услуг туристам из целевых групп;

разработка и продвижение национального туристического бренда Республики Беларусь;

разработка и реализация кросс-маркетинговой стратегии с соседними странами по продвижению общего туристического продукта, активное вовлечение Беларуси в трансграничные маршруты;

активное взаимодействие, совместное продвижение и повышение конкурентоспособности туристического продукта в рамках интеграционных образований (Союзное государство, ЕАЭС, СНГ, инициатива "Один пояс – один путь");

возмещение субъектам туристической индустрии Республики Беларусь части расходов на участие в маркетинговых мероприятиях за счет средств республиканского и областных (г.Минска) бюджетов;

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

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

завоевание новых сегментов международного туристического рынка через создание сети туристско-информационных центров, национальных туристических офисов и представительств Беларуси на территории стран, определенных в качестве целевых рынков;

проведение эффективных маркетинговых кампаний в этих странах;

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

организация крупных международных встреч и форумов в целях обмена опытом и установления рабочих контактов.

Стимулирование спроса на въездной туризм будет способствовать развитию системы возврата НДС "Tax Free", повышению эффективности розничной торговли, увеличению торгового оборота и, как следствие,

повышению налогооблагаемой базы и налоговых поступлений в бюджет, а также увеличению занятости населения путем сохранения и создания новых рабочих мест в розничной торговле и смежных отраслях.

2.2. Популяризация внутреннего туризма в Республике Беларусь.

В целевой аудитории внутреннего рынка в настоящее время преобладают индивидуальные туристы, которые являются преимущественно представителями среднего класса в возрасте 30 – 45 лет.

В 2020 году под влиянием пандемии, вызванной коронавирусом COVID-19, на внутреннем рынке сформировались следующие тенденции:

рост интереса к низкобюджетным предложениям путешествий при ожидании высокого качества услуг;

выстраивание прямых связей между потребителями (туристами) и субъектами туристической индустрии;

отложенный и сдержанный спрос, который не трансформируется в реальные путешествия;

популярность краткосрочных самостоятельных поездок (семья или небольшие группы туристов на личном транспорте) к туристическим объектам с соблюдением мер социального дистанцирования;

активный отдых выходного дня (водные, пешие и велопоходы), отдых в агроэкоусадебках, программы реабилитации и восстановления после перенесенных вирусных заболеваний.

В связи с этим в целях удовлетворения запросов всех категорий граждан дальнейшее развитие внутреннего туризма будет направлено на:

создание востребованных на внутреннем рынке туристических продуктов с учетом различных категорий граждан и их покупательной способности;

постоянную работу по обновлению существующих и созданию новых туристско-экскурсионных маршрутов, в том числе локальных и региональных;

популяризацию путешествий внутри страны и формирование у граждан мотивации к ним с дошкольного возраста за счет интеграции туризма в образовательные программы (образовательный туризм);

проработку механизма субсидирования туристических поездок граждан Республики Беларусь по маршрутам внутреннего туризма;

совершенствование туристической инфраструктуры. Необходимо создание особых преференциальных режимов, в том числе в малых и средних городах, заключение инвестиционных договоров, участие в специализированных международных и региональных инвестиционных форумах.

2.3. Совершенствование форм и методов маркетинга в продвижении национального туристического продукта.

Маркетинговой стратегией продвижения туристического продукта Республики Беларусь на международной арене должна стать стратегия диверсификации, которая заключается в создании большого разнообразия туров, способных удовлетворить запросы даже самых небольших рыночных сегментов и отдельных туристов.

Меры по диверсификации туристического продукта:

оценка туристических ресурсов страны, факторов окружающей среды, рыночных тенденций, освоение новых направлений (стран);

разработка и обновление туристско-экскурсионных маршрутов;

развитие новых видов туризма;

увеличение предложения туристических путешествий в несезонный период, когда количество поездок по традиционным маршрутам и видам туризма резко сокращается (туры для горнолыжников, новогодние и рождественские туры, фестивальные и специализированные туры, иное);

дифференцированный подход к предложению туристического продукта с учетом запросов и интересов заказчиков (например, для туристов из России – лечебно-оздоровительный и культурно-познавательный туризм, для туристов из Европы и США – экологический и промышленный туризм, для граждан Китая – ”красный“ туризм);

использование новых форм работы (онлайн-, видеоэкскурсии на сайтах туристических компаний, лекции в формате видеоконференции, водные, беговые и велоэкскурсии, квесты);

активная рекламная кампания в регионах по популяризации отдыха в Беларуси (разработка отдельных проектов, межрегиональных туристических маршрутов, популяризация внутреннего туризма в эфире региональных телеканалов, иное).

3. Развитие туристической инфраструктуры.

3.1. Формирование туристско-рекреационной системы и создание территорий со специальным правовым режимом для развития туризма.

Развитие туризма в республике также направлено на формирование национальной туристско-рекреационной системы, позволяющей наиболее эффективно использовать имеющиеся туристические ресурсы, природный потенциал и историко-культурное наследие регионов и вовлекать их в общий процесс решения задач социально-экономического развития страны.

Анализ рекреационной емкости различных групп туристско-рекреационных территорий показал, что наиболее перспективным направлением реализации Генеральной схемы является развитие 9 специальных туристско-рекреационных парков и 33 туристических зон

местного значения на основе наиболее освоенных зон отдыха республиканского и местного значения.

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

разработать положения об организации и функционировании специальных туристско-рекреационных парков;

предоставить возможность для создания предприятий туристической индустрии, а также реализации проектов в специальных туристско-рекреационных парках с любым объемом инвестиций;

усовершенствовать законодательство в части определения дополнительных льгот и преференций по аренде, лизингу для резидентов специальных туристско-рекреационных парков;

развивать систему специальных туристско-рекреационных парков Беларуси на основе кластерной модели;

использовать государственные инвестиции в туристическую инфраструктуру и инфраструктуру общего пользования специальных туристско-рекреационных парков, маркетинг, инновации в целях повышения эффективности их функционирования.

Основными направлениями имплементации кластерной модели при территориальной организации сети объектов туристической индустрии на туристско-рекреационных и сопредельных с ними территориях должны стать:

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

создание условий для рационального использования туристических ресурсов, определение допустимой рекреационной нагрузки и обеспечение сохранности природных комплексов как основы устойчивого развития туристско-рекреационных кластеров;

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

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

Инновационной мерой поддержки сферы туризма станет создание Парка (инкубатора) внутреннего и въездного туризма с привлечением внебюджетных источников финансирования в целях поддержки юридических и физических лиц, продвигающих внутренний и въездной туризм (стимулирующие меры для резидентов, проведение обучающих

программ (семинаров), содействие в разработке и продвижении инновационного туристического продукта).

В данном Парке будет действовать экстерриториальный принцип, в рамках которого планируется осуществлять деятельность в соответствии со специальным правовым режимом.

3.2. Создание доступной и комфортной туристической среды.

Основное внимание должно быть уделено созданию новых и модернизации существующих средств размещения в регионах.

Этому будут способствовать:

включение в генеральные планы развития городов разделов, посвященных развитию туризма, созданию доступной и комфортной туристической среды;

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

повышение инвестиционной привлекательности туристической индустрии, развитие в малых и средних городах предпринимательских инициатив (преимущественно благодаря мерам неналогового характера);

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

Для развития туристической индустрии необходимо принятие следующих мер:

формирование во всех регионах (прежде всего, в местах притяжения туристов) для приема организованных групп сети гостиниц экономкласса, соответствующих стандартам основных целевых рынков (особенности приема туристов из Китая, стандарт "Халяль", иное);

разработка и реализация комплекса мер, направленного на повышение качества и доступности санаторно-курортного лечения, обновление и укрепление материально-технической базы санаторно-курортных и оздоровительных организаций;

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

повышение уровня сервиса;

обеспечение безопасности на объектах транспортной и туристической инфраструктуры, в том числе соблюдение мер санитарно-эпидемиологической безопасности.

3.3. Расширение транспортной коммуникации и развитие транспортной инфраструктуры.

В Республике Беларусь наблюдается рост объемов перевозок пассажиров (в 1,6 раза в 2019 году по сравнению с 2016 годом)

и динамичное развитие географии авиаперевозок, совершенствование инфраструктуры Национального аэропорта Минск, осуществляется реконструкция региональных аэропортов для их вовлечения в международные перевозки.

Дальнейшее развитие транспортной инфраструктуры планируется осуществлять за счет реализации следующих мероприятий:

расширение географии полетов, в том числе за счет трансконтинентальных направлений, перевозок белорусскими и иностранными авиакомпаниями;

развитие пассажиропотока через областные аэропорты посредством привлечения низкобюджетных авиакомпаний к выполнению полетов в Республику Беларусь с учетом взаимовыгодного сотрудничества;

развитие хабовой технологии обслуживания пассажиров с внедрением новых стандартов качества обслуживания, в том числе ускоренного прохождения предполетных формальностей (Fast Track), возможности перелета с остановкой (Stopover) в Национальном аэропорту Минск.

Развитие областных аэропортов связано с проводимыми мероприятиями по созданию и продвижению имиджа Республики Беларусь в качестве привлекательного туристического направления.

Предполагается работа по следующим направлениям:

создание опорных точек въездного туризма и условий для открытия лоукост-направлений в областных аэропортах;

выработка стимулирующих механизмов для развития воздушных перевозок из регионов, в том числе субсидирование наиболее востребованных рейсов;

привлечение инвесторов для создания региональной низкобюджетной пассажирской авиакомпании и оснащения территорий, прилегающих к аэропортам, необходимой туристической инфраструктурой, включая гостиничные комплексы, паркинги, скоростные транспортные сообщения, справочные службы.

В целях развития туризма с использованием водного транспорта будет вестись работа по развитию внутренних водных путей, обеспечивающих международные перевозки пассажиров.

Для увеличения доступности железнодорожного транспорта планируется работа по развитию дисконтных программ, предоставлению скидок на проезд организованным группам.

Потенциал наземных транспортных коридоров в Республике Беларусь в туристической отрасли будет реализован за счет наращивания доходов от придорожного сервиса в первую очередь на платных автомобильных дорогах и дорогах, входящих в международную сеть "Е".

Развитие придорожного сервиса планируется осуществлять с учетом современных потребностей пользователей дорог, экономического

потенциала, принципов развития стойкой инфраструктуры, соблюдения санитарно-гигиенических норм, развития дополнительных сопутствующих услуг (зарядные станции для электромобилей, стоянки и устройства для обслуживания караванеров, экспресс-мойки автомобилей, бесплатный доступ в глобальную компьютерную сеть Интернет, банкоматы, безоператорные пункты обмена иностранной валюты, иное).

Получит развитие возможность использования авто- и велопроката. Представляется важным обеспечить благоприятные условия для размещения и деятельности автопрокатных компаний вблизи пунктов пропуска и в аэропортах.

Дальнейшее развитие сети услуг по аренде (прокату) транспортных средств в Республике Беларусь можно рассматривать по следующим направлениям:

- создание транспортно-технических баз в центрах туризма (обустройство парковок, стоянок, установка станций для зарядки электромобилей, сетевых сервисов поминутного проката велосипедов, работающих онлайн);

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

С учетом выгодного транспортно-географического положения нашей страны большой потенциал имеет автомобильный туризм на базе кемпингов и стоянок для кемперов. Опыт зарубежных стран показывает, что создание кемпингов не требует значительных инвестиций, но при этом является наиболее экономически эффективным направлением развития туристической инфраструктуры.

Для дальнейшего развития кемпингов и кемперных стоянок в Республике Беларусь важно осуществить:

- улучшение средств навигации для кемперов на территории и включение белорусских кемперных стоянок в европейские каталоги;

- строительство новых кемперных стоянок с соблюдением технических нормативных правовых актов и учетом международного, в первую очередь европейского, опыта;

- оборудование кемперных стоянок в рамках строительства и модернизации иных средств размещения.

4. Повышение доступности национального туристического продукта.

Важным видится развитие социального туризма, направленного на расширение доступа к туризму различных категорий граждан, имеющих ограниченные физические и материальные возможности и слабую социальную защищенность.

В сфере социального туризма необходимо принять следующие меры: выработать механизм (в том числе финансовый) организации социального туризма;

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

включить мероприятия по повышению доступности туристических услуг для населения в основные государственные программы, касающиеся социальной защиты населения, здоровья и демографической безопасности, комфортного жилья и благоприятной окружающей среды.

Повышение уровня доступности туристического продукта будет способствовать развитию туризма за счет расширения участия в туристических поездках всех категорий граждан.

5. Развитие инновационных технологий в сфере туризма.

Цифровизация сферы туризма окажет существенное влияние на ценообразование туристического продукта, создаст дополнительные возможности для его продвижения, содействуя развитию конкуренции, а также улучшению качества предоставления туристических услуг.

Основными направлениями формирования интегрированной цифровой среды в туристической индустрии являются:

создание качественно новых веб-сайтов турфирм (максимально информативных) и их интернет-представительств;

развитие системы современных инструментов продвижения дестинаций, основанных на использовании передовых информационных технологий (вебинары, онлайн-семинары, онлайн-выставки, виртуальные туры, рекламные кампании в социальных сетях и СМИ, информационные рассылки);

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

разработка мультязычных информационных сервисов, интегрированных платформ, систем онлайн-бронирования и онлайн-платежей в целях оказания помощи при подборе туров, составлении туристических маршрутов с учетом интересов пользователя, а также получения полной и достоверной информации о субъектах и объектах туристической индустрии;

создание и развитие мобильных приложений с аудиогuidaми для туристов и экскурсантов;

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

цифровая трансформация туристической индустрии посредством реализации проекта "Умные города Беларуси" в 11 городах и районах страны с численностью более 80 тыс. человек с дальнейшей перспективой проведения планомерной цифровизации во всех регионах республики;

создание единой онлайн-платформы, консолидирующей бизнес-процессы по визовой поддержке, страхованию, регистрации, транзакциям, связанные с туристическими услугами и турами, в целях комплексного продвижения национального туристического продукта на внутреннем и международном туристических рынках в глобальной компьютерной сети Интернет.

6. Развитие приоритетных видов туризма.

Агротуризм – один из самых успешных видов туризма в Республике Беларусь. Через него происходит знакомство с самобытной культурой Беларуси, он укрепляет самосознание нации, демонстрирует гостеприимство народа и является платформой для создания уникального аутентичного конкурентоспособного туристического продукта.

В 2016 и 2018 годах Беларусь стала победителем в номинации "Агротуризм" рейтинга "National Geographic Traveler Awards".

Благодаря мощным преференциям, предоставленным данному виду туризма, количество агроэкоусадоб с 2016 по 2019 год выросло на 21,1 процента, а численность обслуженных туристов – на 70,6 процента. Основной контингент отдыхающих – граждане Республики Беларусь (90,5 процента).

Дальнейшая работа по развитию агроэкотуризма должна быть направлена на:

усовершенствование деятельности существующих агроэкоусадоб;

выработку механизмов стимулирования создания новых объектов агроэкотуризма;

обеспечение льготных условий организации ведения данного вида деятельности;

использование инновационных подходов креативной экономики и кластерной модели территориального развития;

усиление взаимодействия субъектов агроэкотуризма с туристическими операторами.

Активный туризм – специализированный туристический продукт в форме пеших, байдарочных и велосипедных походов. Этот вид туризма, сочетающий в себе элементы экологического и агроэкотуризма, пользуется высоким спросом на внутреннем рынке и имеет потенциал для международного въездного туризма.

В целях развития активного туризма предусматривается:

поддержка субъектов малого и среднего предпринимательства, оказывающих услуги по организации активного туризма, направленная на улучшение их материально-технической базы;

создание и обновление инфраструктуры пешеходных, водных, велосипедных маршрутов на основе ранжирования территорий и кластерной модели в соответствии с актуальными запросами рынка.

Гастрономический туризм предполагает знакомство со страной через призму национальной гастрономии. Традиционная кухня как категория культуры воспринимается в связи с историей, религией, экономикой, политикой, обычаями, легендами и другими факторами, формирующими уникальную идентичность страны или региона.

В качестве эффективного инструмента продвижения кулинарного наследия страны создан интерактивный электронный ресурс gastinia.by и гастрономическая карта "Гасцінія".

На постоянной основе проводятся дни белорусской национальной кухни, региональные кулинарные праздники, акции, конкурсы, мастер-классы, организован экорынок с возможностью реализации фермерами продукции собственного производства.

Активно популяризируют белорусскую национальную кухню агроусадьбы и этнографические комплексы, объекты общественного питания, гастрономические событийные мероприятия, которые проводятся в стране.

На 1 июля 2020 г. по данным Торгового реестра Республики Беларусь инфраструктура общественного питания насчитывала 21,5 тыс. объектов, 450 объектов специализируются на приготовлении блюд национальной кухни, из них более 50 – объекты придорожного сервиса. При этом более чем в 7 процентах от общего количества объектов общественного питания (1635 объектов), включая закрытую сеть и общедоступные объекты, представлены блюда белорусской кухни.

Развитие гастрономического туризма будет направлено на:

обеспечение взаимодействия представителей туристической отрасли с производителями пищевых продуктов, субъектами общественного питания для создания "гастрономического туристического продукта" и обеспечения его доступности для всех групп населения;

преодоление разрозненности в позиционировании белорусской кухни как объекта туристического интереса субъектами туристической индустрии;

расширение практики проведения гастрономических мероприятий, в том числе направленных на популяризацию белорусской кухни;

включение гастрономических мастер-классов в программу ознакомительных туров, приглашение в страну популярных блогеров и фотографов, журналистов, специализирующихся на гастрономии.

Деловой (MICE) туризм – организованное самостоятельно или с помощью субъектов туристической деятельности путешествие (поездка, передвижение, пребывание) физических лиц за пределы их места жительства (места пребывания) в деловых (служебных) целях, а также деятельность юридических и физических лиц, в том числе индивидуальных предпринимателей, по его организации.

Развитие данного вида туризма – важный фактор интеграции Республики Беларусь в мировое сообщество, установления деловых контактов и развития экономического потенциала государства.

Республика Беларусь обладает рядом потенциальных преимуществ для развития именно делового туризма. К ним относятся выгодное географическое положение, экономический потенциал, богатое национально-культурное наследие, безопасность, уровень транспортной инфраструктуры, рост числа 4- и 5-звездочных отелей международного класса, предлагающих хорошие площадки для конференц-туризма и широкий спектр конгресс-услуг.

В целях развития MICE-туризма ежегодно проводятся многочисленные ярмарки, выставки, международные конференции, конгрессы и симпозиумы. География MICE-туризма постоянно расширяется. Тем не менее по сравнению со странами-соседями MICE-индустрия в Республике Беларусь развита слабо. Продвижение MICE-услуг не носит системного характера.

Беларусь не входит в международные ассоциации конгрессного туризма и, следовательно, не имеет возможности заявить о себе как о достойной площадке для конференций, семинаров, конгрессов.

Работа по развитию делового и MICE-туризма предусматривает реализацию следующих мер:

- обеспечение включения Республики Беларусь в международные ассоциации конгрессного туризма;

- координация усилий туристического бизнеса и государства по конгрессно-выставочной деятельности и вовлечения существующей инфраструктуры для организации конгрессного туризма;

- участие в международных специализированных выставках MICE-туризма (IMEX, г.Франкфурт-на-Майне, (Германия), IBTM, г.Барселона (Испания);

- создание конгресс-бюро;

- строительство крупного конгрессно-выставочного центра.

Культурно-познавательный туризм – организованное самостоятельно или с помощью субъектов туристической деятельности путешествие (поездка, передвижение, пребывание) физических лиц за пределы их места жительства (места пребывания) с познавательными целями под руководством экскурсовода, гида-переводчика, иного лица, наделенного

правом проведения экскурсий, а также деятельность юридических и физических лиц, в том числе индивидуальных предпринимателей, по его организации.

Основой для развития культурно-познавательного туризма в Республике Беларусь является уникальное культурное наследие, которое формировалось под влиянием особого геополитического положения на стыке западной и восточной цивилизаций (крепости и замки, дворцово-парковые ансамбли и родовые усадьбы, храмы и монастыри, уникальные уголки нетронутой природы, старинные инженерные сооружения, музеи и этнографические деревни, а также жизнь, общественная и политическая деятельность ряда личностей, известных в мировом масштабе и являющихся значимыми персоналиями, в том числе для других народов).

Расширение роли культурного наследия в активизации туристического потока и повышении узнаваемости Республики Беларусь на международной арене требует осуществления следующих мероприятий:

формирование доступной для иностранных туристов информационной среды на объектах культурно-познавательного туризма;

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

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

содействие появлению новых музеев, их тематическому разнообразию, формированию оригинальных музейных экспозиций;

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

развитие систем электронного бронирования и покупки услуг в музеях, обеспечивающих их интеграцию в туристический продукт;

повышение уровня взаимодействия туристических операторов и музеев.

Лечебно-оздоровительный туризм – организованное самостоятельно или с помощью субъектов туристической деятельности путешествие (поездка, передвижение, пребывание) физических лиц за пределы их места жительства (места пребывания) в целях санаторно-курортного лечения, оздоровления и отдыха, а также деятельность юридических и физических лиц, в том числе индивидуальных предпринимателей, по его организации.

Основой развития данного вида туризма является высокоразвитая санаторно-курортная инфраструктура, эффективное использование природных лечебных ресурсов в сочетании с инновационными методами

лечения и оздоровления, государственная адресная поддержка доступности санаторно-курортных услуг для разных групп населения страны и сравнительные конкурентные преимущества для иностранных граждан.

Все санаторно-курортные организации республики применяют минеральные воды и лечебные грязи. При бальнеотерапии используются минеральные воды более чем из 95 скважин, расположенных на территории здравниц, при грязелечении – главным образом белорусские лечебные грязи.

Основное направление развития курортной терапии в республике связано с сочетанным применением природных и преформированных лечебных факторов. Здравницы разрабатывают и внедряют новые для республики физиотерапевтические методы (минералотерапию, оксигенотерапию, гипокситерапию, аэроионотерапию, озонотерапию, карбокситерапию, SPA-технологии). Созданные в них SPA-центры предлагают широкий перечень услуг (процедуры в SPA-капсуле (обертывания, пилинги, маски, гидромассаж), а также классический SPA-массаж, стоун-массаж).

Сохранение высоких темпов роста валовых и качественных показателей, характеризующих развитие сферы данного вида туризма, будет основано на решении следующих задач:

- развитие инфраструктуры курортов;

- соблюдение принципов рационального использования природно-лечебных ресурсов;

- расширение спектра услуг санаторно-курортных организаций, в том числе за счет внедрения инновационных методов санаторно-курортного лечения и оздоровления (спелеотерапия, стоунтерапия, иное), новых методов кинезотерапии (скандинавская ходьба, аквааэробика, гидрокинезотерапия на тренажерах в бассейне), а также аутентичных целительных практик, технологий SPA и велнеса;

- обучение персонала иностранным языкам, методам увеличения продаж и повышения качества обслуживания и лояльности гостей, маркетингу туристического продукта.

Медицинский туризм – организованное самостоятельно или с помощью субъектов туристической деятельности путешествие (поездка, передвижение, пребывание) физических лиц за пределы их места жительства (места пребывания) в целях получения медицинских услуг, а также деятельность юридических и физических лиц, в том числе индивидуальных предпринимателей, по его организации.

В Беларуси сконцентрировано большое количество организаций здравоохранения, которые оказывают широкий спектр услуг, начиная от стоматологии и заканчивая операциями по пересадке органов.

По данным Белстата, объем экспорта услуг в области здравоохранения в целом по стране увеличился более чем в 5 раз с 9,1 млн. долларов США в 2010 году до 47,6 млн. долларов США в 2019 году.

Для обеспечения наращивания экспорта медицинских услуг и развития бренда "Лечение в Беларуси" продолжено обновление и продвижение информационного портала "Клиники Беларуси" (clinicsbel.by). Организована круглосуточная работа колл-центров, обеспечивающих прием и обработку обращений иностранных граждан для оказания им необходимых медицинских услуг, взаимодействие со страховыми компаниями, частным сектором здравоохранения.

Проводятся оптимизация стоимости медицинских услуг с учетом востребованности, введение системы скидок на дополнительные услуги, изыскание дополнительных резервов по созданию комфортных условий пребывания иностранных граждан в учреждениях здравоохранения в первую очередь за счет увеличения количества палат повышенной комфортности, усовершенствования сервиса и логистики предоставления медицинских услуг.

Приоритетными направлениями по наращиванию экспорта медицинских услуг являются:

развитие телемедицинских услуг, обеспечение доступа иностранных граждан к ним;

строительство и модернизация инфраструктуры организаций здравоохранения, в том числе научно-практических центров;

проведение информационной кампании по продвижению экспорта медицинских услуг представительствами Республики Беларусь на территории иностранных государств;

реализация программ дополнительного профессионального образования и внедрение образовательных стандартов в сфере медицинского туризма.

Ностальгический туризм – это организованное самостоятельно или с помощью субъектов туристической деятельности путешествие (поездка, передвижение, пребывание) физических лиц за пределы их места жительства (места пребывания) в целях посещения мест своего (или родителей) исторического рождения и (или) проживания, а также деятельность юридических и физических лиц, в том числе индивидуальных предпринимателей, по его организации.

По оценкам экспертов в области туризма, самые большие потоки ностальгических туристов Беларуси – этнические белорусские евреи, в основном граждане Израиля и США.

Беларусь также активно посещают граждане Российской Федерации, а также белорусская диаспора и иностранные граждане, проходившие обучение или службу в армии в Беларуси.

В силу специфики данного вида туризма, а также отсутствия системных целевых услуг туристы этой категории предпочитают не организованные групповые туры в Беларусь, а частные визиты.

С учетом особого отношения к памяти о Холокосте востребованным видом туризма становится посещение группами школьников и студентов из Израиля, США, ряда европейских государств памятных мест и мемориалов, посвященных истории евреев Беларуси.

На территории западных областей республики перспективным с точки зрения ностальгического туризма является "польское" направление. Так, туристический маршрут "Тропами Адама Мицкевича" в Новогрудском районе посещает до 30 тыс. иностранных туристов, имеющих польские корни.

Продвижению данного вида туризма будут способствовать:

реализация инвестиционного проекта "Строительство гостиничного комплекса в г.п.Радунь" (Вороновский район Гродненской области) (гостевые домики малоэтажной застройки, административные помещения, ресторан кошерного питания, миква (ритуальная баня), магазин сувенирной продукции, синагога, парковка). Реализация проекта направлена на организацию ностальгического туризма граждан Израиля, а также развитие туристического потенциала области и ее инфраструктуры;

создание информационно-ресурсной базы, а также проведение туров, в том числе на иностранных языках, для стимулирования поездок еврейской диаспоры – выходцев из Беларуси (формирование списков памятных мест, кладбищ, культовых зданий, архитектурных сооружений, иного);

проведение широкой информационной кампании об объектах ностальгического туризма в Беларуси. Это требует организации целевых информационных кампаний в СМИ стран проживания наиболее крупных диаспор;

продвижение белорусской стороной существующих или перспективных предложений туристических услуг на целевых рынках;

информирование белорусской диаспоры о возможностях санаторно-курортного отдыха, медицинского туризма, событийных мероприятиях в Беларуси.

Образовательный туризм – это организованное самостоятельно или с помощью субъектов туристической деятельности путешествие (поездка, передвижение, пребывание) физических лиц за пределы их места жительства (места пребывания) в образовательных целях, а также

деятельность юридических и физических лиц, в том числе индивидуальных предпринимателей, по его организации.

Основой развития образовательного туризма является проект "Образовательная карта Беларуси".

Разработан перечень экскурсионных объектов и туристических маршрутов, рекомендуемых для посещения обучающимся. В него включены 38 туристических объектов и 12 туристических маршрутов. На основе данного перечня во всех регионах страны созданы справочники тематических экскурсий для учащихся, сформированы туристические, экскурсионные маршруты, туры по Беларуси (малой родине) для учащихся, обучающихся в учреждениях общего среднего образования и дополнительного образования детей и молодежи.

Для данной категории обучающихся разработан и рекомендован к использованию в образовательном процессе "Дневник путешественника" (ведется разработка мобильного приложения).

Открыта подготовка специалистов по специальности переподготовки "Экскурсионная деятельность в учреждениях образования".

Планируется осуществлять работу по формированию потребности путешествовать по своей стране с акцентом на активизацию детского и молодежного туризма. В этих целях необходимо обеспечить:

интеграцию экскурсионных маршрутов в программы школьного образования (целесообразны организация ежегодного конкурса на лучшую образовательную программу, а также создание банка данных лучших учебно-образовательных программ для включения их в туристско-экскурсионные маршруты для школьников и молодежи);

разработку экскурсий и туров различной направленности (изучение историко-культурного наследия, эколого-биологические программы, проведение реконструкции исторических событий, иное) и адаптация материалов экскурсий для обучающихся, в том числе для дошкольников;

разработку методических рекомендаций для экскурсоводов по проведению экскурсий с учащимися различных возрастов, создание образовательного лектория, а также проведение мастер-классов с участием представителей туристических компаний, преподавателей туристических дисциплин, ведущих экскурсоводов;

проведение летних языковых школ (лагерей);

организацию маркетинговых коммуникаций (имиджевые и рекламные мероприятия, активизация работы с городами-побратимами, ознакомительные туры для представителей СМИ, разработка путеводителя экскурсионных маршрутов образовательной направленности, событийного интерактивного календаря значимых образовательных мероприятий, иное);

переподготовку (повышение квалификации) по соответствующим специальностям с включением в программы модуля ”Образовательный туризм“, проведение тематических обучающих мероприятий, конференций, в том числе международных и региональных;

развитие и поддержание инфраструктуры образовательного туризма (модернизация учебно-образовательной среды учреждений высшего образования, поиск потенциальных инвесторов, иное).

Охотничий туризм – это организованное самостоятельно или с помощью субъектов туристической деятельности путешествие (поездка, передвижение, пребывание) физических лиц за пределы их места жительства (места пребывания) в целях участия в охотничьих турах, а также деятельность юридических и физических лиц, в том числе индивидуальных предпринимателей, по его организации.

В Беларуси сохранены уникальные традиции охоты, лучшие уголья и трофейные животные, а также накоплен многолетний опыт ведения охотничьего хозяйства. Для туристов в охотничьих хозяйствах созданы комфортные условия для отдыха. В домах охотника оборудованы кухни, душевые. Имеются каминные залы, бани, бесплатный доступ в сеть Интернет, автостоянки, вольеры для собак.

В целях продвижения и развития охотничьего туризма в Беларуси УП ”Белгосохота“ заключен ряд международных соглашений о сотрудничестве, осуществляется презентация туристических охотничьих услуг подведомственных организаций на международных выставках.

В 2019 году темп роста поступлений денежных средств от иностранного охотничьего туризма в сравнении с 2018 годом составил 108 процентов (9283,3 тыс. рублей и 8588,2 тыс. рублей соответственно).

Дальнейшая работа по развитию данного вида туризма включает:

создание локальных высокопродуктивных охотничьих хозяйств, обеспеченных инфраструктурой, кадрами и научным сопровождением;

организацию работы по снятию запрета на вывоз трофеев волка из Республики Беларусь в страны Европейского союза, совершенствование процесса получения ветеринарного сертификата для вывоза охотничьих трофеев и дичемясной продукции;

создание и представление национального стенда на международных охотничьих выставках;

развитие фотоохоты на территории арендуемых охотничьих угодий.

Промышленный туризм – это организованное самостоятельно или с помощью субъектов туристической деятельности путешествие (поездка, передвижение, пребывание) физических лиц за пределы их места жительства (места пребывания) в целях участия в производственных экскурсиях, а также деятельность юридических и физических лиц, в том числе индивидуальных предпринимателей, по его организации.

В Республике Беларусь более 120 предприятий промышленности осуществляют организацию приема и обслуживание экскурсионных групп (ОАО "БЕЛАЗ" (113,7 тыс. человек из 20 стран мира за 2017 – 2019 годы), ОАО "МТЗ" (11,5 тыс. человек за 2019 год), кондитерские фабрики "Спартак", "Слодыч" и "Коммунарка", пивоваренные заводы "Пивоваренная компания Аливария", "Криница", "Лидское пиво", а также Туровский молочный комбинат, ОАО "Рогачевский МКК", ОАО "Молочный мир", ОАО "Лидахлебопродукт", музей пивоварения "Аливария", иные). В этом направлении осуществляют деятельность отдельные экофермы и зеленые производства.

Развитие промышленного туризма служит дополнительной рекламой продукции, способствует ее сбыту, дальнейшему экономическому росту предприятий, продвижению туристических возможностей регионов.

Дальнейшее развитие данного вида туризма будет направлено на:

- создание условий для посещения промышленных предприятий туристами при проектировании, реконструкции, строительстве объектов;
- разработку экскурсий и их встраивание в туристический продукт;
- расширение перечня оказываемых туристических услуг и реализацию продукции посредством создания корпоративных музеев (экспозиционных площадок), фирменных магазинов на предприятиях;
- обмен опытом между предприятиями и субъектами туристической деятельности по вопросам формирования туристического продукта.

Религиозный туризм – это организованное самостоятельно или с помощью субъектов туристической деятельности путешествие (поездка, передвижение, пребывание) физических лиц за пределы их места жительства (места пребывания) в религиозных целях, а также деятельность юридических и физических лиц, в том числе индивидуальных предпринимателей, по его организации.

Религиозный туризм имеет две основные разновидности: паломнический и экскурсионно-познавательный.

Специфика религиозного туризма с точки зрения численности туристов состоит в том, что посещение объектов напрямую связано с памятными датами религиозной сферы. Каждая из областей Республики Беларусь имеет определенный потенциал для организации как паломнических маршрутов, так и туристско-экскурсионных маршрутов религиозной тематики.

Дальнейшее развитие религиозного туризма предполагает:

- оказание содействия религиозным организациям в разработке и обновлении экскурсионных маршрутов и туров религиозной тематики, а также в паломнических целях;
- развитие потенциала регионов и г.Минска в организации экскурсий и туристических маршрутов религиозной тематики;

разработку специализированных экскурсий, туристических маршрутов, событийных мероприятий, связанных с памятными датами религиозной сферы.

Событийный туризм – это организованное самостоятельно или с помощью субъектов туристической деятельности путешествие (поездка, передвижение, пребывание) физических лиц за пределы их места жительства (места пребывания) в целях посещения событийных мероприятий, а также деятельность юридических и физических лиц, в том числе индивидуальных предпринимателей, по его организации.

Республика Беларусь имеет опыт проведения крупных культурных мероприятий, спортивных соревнований в столице и областных центрах, а также локальных фестивалей на уровне местных инициатив в малых городах, что способствует эффективному функционированию инфраструктуры и использованию туристического потенциала страны.

Для дальнейшего развития событийного туризма перспективны спортивные, гастрономические, фестивальные мероприятия с учетом юбилейных дат и событий Республики Беларусь, а также событий мирового масштаба.

Работа по развитию данного вида туризма будет осуществляться по следующим направлениям:

- привлечение в страну крупных международных мероприятий в различных сферах (культура, спорт, образование, иное);

- придание статуса республиканских и международных знаковым мероприятиям, проводимым в регионах;

- всесторонняя поддержка инициатив по организации тематических мероприятий;

- разработка календаря событийных мероприятий, продвижение данных мероприятий, в том числе в каждом регионе Республики Беларусь и за рубежом;

- дальнейшее развитие правовых аспектов согласования, проведения и обеспечения безопасности массовых мероприятий, привлекательных для туристов;

- совершенствование визового режима в части, касающейся проведения крупных международных событийных мероприятий;

- обеспечение событийных мероприятий необходимым оборудованием и инфраструктурой.

Экологический туризм – это туристическое путешествие, а также деятельность юридических и физических лиц, в том числе индивидуальных предпринимателей, по его организации на особо охраняемых природных территориях в целях изучения природного и культурного наследия и получения положительных эмоций от общения с природой, осмотра культурных ценностей при отсутствии негативного

воздействия на природные комплексы и объекты, а также в целях содействия сохранению биологического и ландшафтного разнообразия естественных экологических систем, устойчивому развитию регионов и улучшению благосостояния местного населения.

Особо охраняемые природные территории Республики Беларусь занимают 9 процентов территории страны и признаны на международном уровне, что определяет их высокую ценность для экологического туризма.

В 2019 году особо охраняемые природные территории посетило более 710 тыс. туристов, в том числе более 6 тыс. иностранных граждан из Литвы, Латвии, Дании, Польши, Италии, Португалии, Финляндии, Германии, Грузии, Молдовы и иных государств.

Объем средств, вырученных от туристической деятельности, составил более 12 млн. рублей, в том числе 11,6 млн. рублей – Березинским биосферным заповедником и национальными парками, более 0,4 млн. рублей – 28 заказниками.

Развитие экологического туризма предусматривает реализацию комплекса мер по следующим направлениям:

регулирование антропогенной нагрузки на особо охраняемые природные территории и природные комплексы земель, прилегающих к данным территориям, включая установление нормативов допустимой антропогенной нагрузки на основании результатов научных исследований и контроль за их соблюдением;

учет потенциала особо охраняемых природных территорий при разработке градостроительных проектов специального планирования территорий курортов и зон отдыха;

разработка стратегии развития экологического туризма для каждой особо охраняемой природной территории, признанной перспективной для использования в рекреационных целях;

создание туристической инфраструктуры на землях, прилегающих к особо охраняемым природным территориям (строительство визит-центров, смотровых площадок, установка информационных указателей);

усиление кадрового состава администраций особо охраняемых природных территорий путем введения в штат государственных природоохранных учреждений специалистов по развитию туризма, осуществление обучения экскурсоводческой работе инструкторов-проводников при особо охраняемых природных территориях.

7. Развитие кадрового потенциала туристической отрасли.

В целях обеспечения отрасли квалифицированными кадрами, отвечающими требованиям времени, необходимы:

проведение постоянного мониторинга потребностей в кадрах для развития внутреннего и въездного туризма, чтобы планировать в краткосрочной и среднесрочной перспективе кадровый потенциал,

своевременная корректировка контрольных цифр приема в соответствующие учреждения образования, перепрофилирование кадров;

оптимизация структуры профессиональной подготовки кадров для туристической индустрии в соответствии с требованиями национальной экономики;

корректировка стандартов и обновление учебно-программной документации подготовки, переподготовки и повышения квалификации кадров в сфере туризма в соответствии с современными требованиями;

обеспечение гибкости и вариативности содержания образовательных программ в соответствии с потребностями сферы туризма;

участие организаций – заказчиков кадров и потенциальных нанимателей в разработке образовательных стандартов нового поколения;

усиление практико-ориентированной направленности обучения за счет увеличения доли и совершенствования содержания практики, овладение современными инструментами управления процессами в сфере туризма, изучение не менее двух иностранных языков на уровнях В2 и А2/В1 с учетом целевых рынков;

подготовка гидов-переводчиков с владением перспективными иностранными языками;

активное участие общественных объединений в сфере туризма в совершенствовании процесса подготовки кадров.

ГЛАВА V

МЕХАНИЗМ, ФИНАНСИРОВАНИЕ И ОЖИДАЕМЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ РЕАЛИЗАЦИИ СТРАТЕГИИ

Реализация Стратегии осуществляется через:

разработку и принятие государственных программ в сфере туризма, а также мероприятий программ социально-экономического развития республики на среднесрочную перспективу, иных программных документов, разрабатываемых Правительством Республики Беларусь и подчиненными ему республиканскими органами государственного управления в соответствии с их компетенцией;

разработку планов мер по развитию туризма, утверждаемых на заседаниях Межведомственного экспертно-координационного совета по туризму при Совете Министров Республики Беларусь;

разработку и принятие соответствующих нормативных правовых, правовых, в том числе локальных, актов.

Объемы и источники финансирования мероприятий по развитию сферы туризма определяются в указанных программных документах.

Координацию деятельности по реализации Стратегии осуществляет Министерство спорта и туризма.

Реализация Стратегии предусматривает **три пятилетних этапа**.

На первом этапе (2021 – 2025 год) запланирован выход показатели, существовавшие до пандемии, вызванной коронавирусом COVID-19, а также экстенсивный рост туристического потребления путем стимулирования внутреннего спроса и увеличения въездных туристических потоков. Основными направлениями реализации Стратегии станут институциональные преобразования в сфере туризма, позволяющие оптимизировать государственное управление. Произойдет улучшение бизнес-среды в целях повышения доступности белорусских туристических услуг для внутреннего и въездного туризма.

На втором этапе (2026 – 2030 годы) планируется на основе Генеральной схемы завершить формирование национальной туристско-рекреационной системы, что позволит эффективно использовать имеющиеся туристические ресурсы, расширить структуру предложения на рынке туристических услуг, создать привлекательный и конкурентоспособный национальный туристический продукт.

Представленность Республики Беларусь в числе 100 дестинаций устойчивого туризма мира и высокая позиция страны в мировом рейтинге по индексу конкурентоспособности в сфере путешествий и туризма обеспечат стабильный спрос на национальный туристический продукт, обновление материально-технической базы туристической индустрии и внедрение передовых технологий за счет привлечения инвестиций из стран – целевых рынков.

На третьем этапе (2031 – 2035 годы) достижение прогнозных показателей Стратегии будет основано на мерах по укреплению положительного имиджа Беларуси как стабильной и безопасной страны с развитой туристической индустрией, создании условий для повышения открытости страны, упрощении административных процедур, беспрепятственном перемещении иностранных граждан через все участки границы, поддержании инвестиционной и инновационной активности субъектов сферы туризма.

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

ЦЕЛЕВЫЕ ПОКАЗАТЕЛИ И ИНДИКАТОРЫ
реализации Национальной стратегии развития
туризма в Республике Беларусь до 2035 года

Целевые показатели и индикаторы	2019 год (факт)	2025 год	2030 год	2035 год
Конкурентоспособность				
1. Доля Республики Беларусь в мировых туристических доходах, процентов	0,06**	0,06	0,08	0,1
2. Представленность Республики Беларусь в числе 100 дестинаций устойчивого туризма мира, присутствие	–	–	в топ-100	в топ-100
3. Место Республики Беларусь в мировом рейтинге по индексу конкурентоспособности в сфере путешествий и туризма (Travel and Tourism Competitiveness Index), ранг			не ниже 60 места	не ниже 50-го места
Туристическое движение				
4. Численность организованных туристов и экскурсантов – граждан Республики Беларусь, отправленных по маршрутам тура в пределах территории Республики Беларусь, млн. человек	1,1	1,2	1,6	2,0
5. Численность граждан Республики Беларусь, размещенных в коллективных и индивидуальных средствах размещения, млн. человек	2,3	2,5	3,0	3,5
6. Доля посетителей из стран ОЭСР*** в структуре въездного туризма, процентов	37,4	38,5	39,5	40,0
Экономическое влияние				
7. Экспорт туристических услуг, млн. долларов США	265,4	500,0	750,0	1000,0
8. Инвестиции в туристическую индустрию, млн. долларов США	300,0	400,0	450,0	550,0

* По методике Всемирного совета по путешествиям и туризму.

** В 2018 году по данным ЮНВТО (издание "International Tourism Highlights, 2019 Edition).

*** Организация экономического сотрудничества и развития.

Целевые показатели и индикаторы	2019 год (факт)	2025 год	2030 год	2035 год
9. Доходы от международного туризма, млрд. долларов США	0,9	2,0	2,5	3,0
10. Доля сферы туризма в ВВП, процентов	2,2*	2,5	2,8	3,1
11. Доля занятых в сфере туризма в общей численности занятых в экономике, процентов	5,6	6,0	7,0	8,0
12. Средние расходы на одну въездную поездку, долларов США	250,0	270,0	280,0	300,0
Туристическая инфраструктура				
13. Единовременная вместимость коллективных средств размещения, мест на 1000 населения	9,4	9,5	9,75	10,0
14. Специальные туристско-рекреационные парки с преференциальным режимом ведения бизнеса для их резидентов, количество	1	3	6	9
15. Туристические информационные центры, количество	66	70	75	80
16. Консолидированная оналайн-площадка (агрегатор) бронирования и онлайн-продаж транспортных услуг, количество	–	–	1	2
17. Виртуальные туристическо-информационные онлайн-сервисы, количество	45	50	75	100
18. Дополнительные оборудованные кемперные стоянки, количество	–	5	10	15
19. Инфраструктурные решения, обеспечивающие полные циклы услуг доступного туризма, процентов	30,0	40,0	55,0	65,0

* По результатам построения Вспомогательного счета туризма Республики Беларусь за 2016 год.

1671H