

Путешествие в сердце Европе

От затишья агроусадеб и советской ностальгии до постмодерна и уникальных производств — Беларусь объединяет века в единый турмаршрут

В канун Международного дня туризма много говорят о трендах и статистике в индустрии. Но главным активом Беларуси в этой сфере остается не поддающееся цифрам умение сделать так, что каждый гость на нашей земле чувствует себя по-настоящему желанным. У нас, как и сотни лет назад, слышен рев зубров в вековых дубравах, при этом в цехах «рождаются» современные промышленные гиганты — МАЗы и БЕЛАЗы. Из открытых окон агроусадеб доносятся ароматы хрустящих драников, колбас, сыров, а региональные фестивали удивляют не меньше шумных концертов на столичных стадионах... Гостеприимство Беларуси измеряется не столько звездами отелей, сколько искренностью улыбок и редким в XXI веке качеством — подлинностью впечатлений.

Александр Лукашенко

— Беларусь (мы это знаем) — очень интересная страна для туристов. Но дело же не только в интересе. Сложилась такая ситуация (и даже сейчас, насколько я это вижу в средствах массовой информации), что свободных мест сегодня в гостиницах нет. И те, кто занимается туризмом, сегодня полностью загружены. Если бы даже и хотели больше — невозможно... Назрела необходимость кардинальных изменений форм и методов работы по развитию туризма как внутри страны, так и на внешних рынках.

Окно в природу

Более семи миллионов белорусов сегодня живут в городах. Поэтому все чаще многие из них стремятся в свободное время выйти за пределы урбанистических каменных кварталов в дикую природу. Географическая близость (все в пределах

родной страны), ценовая доступность, масса впечатлений и качественный релакс одновременно. Такое комбо в большом спросе. Под него и встречные предложения в регионах.

Например, немало сценариев зеленого отдыха готовы предложить в Национальном парке «Припятский». Реликтовые дубравы, пойменные луга, архаичные болота... Долина реки Припяти в соседстве с Убортью и Ствигой — пространство уникальных природных комплексов. 89 тысяч гектаров в первозданном виде! Это и открывает безграничные возможности для развития направлений, которые рассчитаны на самых разных туристов. Заместитель генерального директора нацпарка Андрей Беспалый знакомит с основными векторами:

— С одной стороны, стремимся максимально использовать потенциал заповедной природы с тем, чтобы как можно полнее раскрыть красоту и неповторимость экомкомплексов Припяти, богатое историческое и культурное наследие края, самобытность народных традиций и обрядов. С другой — развиваем комфортную инфраструктуру, которая позволяет создавать условия для качественного отдыха, дает возможность провести у нас не только выходные, но и полноценный отпуск, а также семейные и корпоративные торжества, форумы и конференции.

Парковый комплекс, музейные экскурсии, речные прогулки с осмотром окрестных достопримечательностей, сафари-парк с дикими животными, Туровский луг(знаменитая на всю Европу Мекка для орнитологов) — это уже классика жанра в контексте «Припятского». Новыми точками притяжения

национального парка за последние годы стали нетривиальные экомаршруты с полным погружением. Их тут более 20. И это не считая водных и речных экскурсий. В отделе туризма рассказывают о том, что в топе:

— На пике интереса — наблюдение за жизнью птиц и животных в естественной среде, то, что обычно от человека скрыто. Во время туров удастся заглянуть за эту завесу. Неизменно при влекают фестивали «Ночь бар-суков», «Ночь волков» и «Ночь сов». Большой отклик и на орнитологические маршруты. Например, «Властелин колец» позволяет познакомиться с такой редкой краснокнижной тропической птицей, как золотистая щурка, и принять участие в кольцевании. Экскурсия «В краю ревущих оленей», которую провели буквально в минувшие выходные, — это уникальная возможность своими глазами увидеть зрелищные брачные баталии оленей во время гона.

КСТАТИ

В Национальном парке «Припятский» открылся новый объект в музее под открытым небом — «Дом самогонварения». Необычная экспозиция знакомит с древними традициями и методами производства алкогольных напитков, популярных в Полесском регионе, через историю, процесс, технику и секреты предков.

ПРЯМАЯ РЕЧЬ

Ирина ВОРОНОВИЧ, директор Департамента по туризму Министерства спорта и туризма:

— Путешествия по родной стране становятся все более популярными у белорусов, что открывает новые возможности для развития сферы. Во всем мире наблюдается устойчивая трансформация индустрии гостеприимства. Очевидная тенденция — внимание к внутреннему туризму. В Беларуси туризм должен стать

национальным проектом. Увлеченность своей страной открывает новые горизонты и одновременно выявляет проблемные места, на которых нужно сконцентрироваться. Речь идет о совершенствовании инфраструктуры, реализации инвестиционных проектов. Беларусь также является востребованным направлением для туристов из России, других стран. Для популяризации путешествий по родной стране ежегодно проводятся конкурсы «Познай Беларусь», социальной рекламы, акция «Вандруй. Адчуй. Натхняйся», тематическая международная научно-практическая конференция, маркетинговые исследования и другие мероприятия.

Ежегодно объекты Национального парка «Припятский» принимают около 100 тысяч гостей из Беларуси и других стран. По сравнению с показателями десятилетней давности рост в разы. Это серьезный импульс для развития районов Полесья. Новые объекты — новые рабочие места. Разнообразные туристические программы, маршруты и экскурсии включают как природные локации «Припятского», так и прилегающие культурные, исторические, промышленные объекты. Рост количества гостей — развитие не только инфраструктуры в пределах парка, но и сопутствующей в соседних населенных пунктах. Предприятия, придорожный сервис, агроусадьбы, фермерские хозяйства, ремесленники тоже в этом круге интересов. Это тот самый случай, когда успешно развивающийся экологический туризм становится одной из точек опоры региональной экономики и достатка людей.

Оптимизация с перспективой

Туризм всегда был динамичной сферой, которая живо реагирует на внутренние и внешние изменения. А потому и регулировать данную отрасль необходимо своевременно, чтобы не терять хватку и обеспечивать качественное

развитие. Президент Беларуси 10 сентября подписал Указ «О совершенствовании государственного управления в сфере туризма». Документом определены главные задачи на ближайшую пятилетку: повышение вклада индустрии в экономику страны почти в 2 раза, достижение доли в ВВП не менее 4,5 % в 2030 году. Кроме того, теперь Национальное агентство по туризму наделено полномочиями по государственному регулированию и проведению единой государственной политики в этом направлении. Например, у него появилось право координировать деятельность республиканских органов госуправления, местных исполнительных и распорядительных органов, принимать нормативные правовые акты, продвигать туристический потенциал Беларуси на внешнем и внутреннем рынках и даже вносить инвестиционные предложения для развития туристической индустрии.

Заместитель министра спорта и туризма Олег Андрейчик прокомментировал появление документа журналистам.

— Принятие данного решения было необходимо, чтобы мы смогли развивать именно экономический вектор. Помимо социальной направленности туризма, более активно должны включаться экономические механизмы. К примеру, в России туризм относится к сфере деятельности Министерства экономического развития, — обратил внимание представитель ведомства.

Еще одно новшество затронет регионы. Олег Андрейчик подчеркивает: на местах важно выстроить четкую и понятную систему управления.

— Когда мы сравниваем существующую систему с новой, можно сказать, что вопросами регулирования туризма на местах пока занимаются отделы, сектора, управления спорта и туризма, — сказал он. — В каждом районе есть отделы с небольшим составом работников, а в 45 районах за эти вопросы отвечает всего один специалист. Конечно,

этого мало для решения глобальных задач. Что касается структурных подразделений Министерства экономики, это комитеты, отделы и управления экономики, которые присутствуют в каждом районе в гораздо большем составе и имеют гораздо больше рычагов взаимодействия с бизнесом, поэтому однозначно это будет только в плюс для развития туристической отрасли.

12 месяцев рады гостям

Для привлечения иностранных туристов, и развития внутреннего туризма с недавних пор в Беларуси каждый месяц начали посвящать определенному виду отдыха.

— Одним из ключевых направлений является агроэкотуризм. Сегодня в стране насчитывается более 1,3 тысячи усадеб, которые вовлечены в это дело, — отмечает директор Национального агентства по туризму Дмитрий Морозов. — Помимо этого, активно развивается промышленный туризм. Ресурс — около 120 предприятий, на которых проводятся производственные экскурсии.

Особую нишу занимает медицинский туризм и санаторно-курортное лечение. Не секрет, что наши здравницы пользуются спросом как у зарубежных гостей, так и у белорусов. Рост показывает и событийный туризм. В агентстве подтвердили на примере:

— Август — месяц событийного туризма — собрал в Беларуси более 273 тысяч туристов,

привлеченных свыше 220 разнообразными мероприятиями. От масштабных фестивалей и концертов, демонстрирующих богатое культурное наследие, до динамичных спортивных соревнований и познавательных выставок — программа событийного туризма предоставила гостям широкий спектр развлечений. Проводя месяцы, посвященные определенным видам туризма, мы видим, что все направления, находят своих туристов.

Дмитрий Морозов подчеркивает, что у

определенной категории туристов, особенно у старшего поколения из стран СНГ и бывшего соцлагеря, пользуется популярностью «советское наследие Беларуси». Памятники, мемориальные комплексы, например Брестская крепость-герой, некоторые образцы архитектуры советского периода вызывают живой интерес как часть нашей общей истории:

— Мы видим потенциал в развитии «ностальгического» туризма, но подходим к нему сбалансированно. Важно сохранять и реставрировать объекты, развивать инфраструктуру, а также комбинировать с другими видами туризма. Однако мы не ограничиваемся только советским наследием. Стремимся показывать Беларусь как современную и динамично развивающуюся страну с богатой историей и культурой, не заикленной на одном периоде.

Увидел — поделился

В Национальном агентстве по туризму есть и специальная стратегия по работе с молодежью, учитывающая ее предпочтения и потребности.

— Для подрастающего поколения важны не только достопримечательности, но и уникальный опыт, яркие эмоции и возможность делиться своими впечатлениями в социальных сетях, — обращает внимание Дмитрий Морозов. — Поэтому делаем акцент на «инстаграмных» местах: выявляем и продвигаем туристические объекты, привлекательные для фото и видеосъемки, создаем фотозоны и проводим конкурсы в социальных сетях. Например, республиканский туристический конкурс «Познай Беларусь — 2025». Кроме того, организовываем музыкальные фестивали, спортивные соревнования, гастрономические ярмарки, тематические вечеринки, ориентированные на молодежь. Сотрудничаем с блогерами и используем цифровые технологии: разрабатываем интерактивные карты с QR-кодами.

В контексте работы с молодежью

особое внимание — развитию экстремальных и активных видов отдыха: велосипедные туры, сплавы на байдарках, походы, прыжки с парашютом, катание на квадроциклах.

В целом белорусский туризм становится многопрофильным и идет в ногу с мировыми трендами. Но цель у нас конкретная — более полно раскрыть суть белорусской идентичности.

— В туристические маршруты включаются мастер-классы по приготовлению блюд современной белорусской кухни. Мы сотрудничаем с художниками и дизайнерами, используем их работы для оформления туробъектов и создания сувенирной продукции. В стране организуются концерты и фестивали современной белорусской музыки, — перечисляет директор агентства. — Все вместе стремимся показать, что Беларусь — это не только история и традиции, но и современное искусство, динамичная музыка и инновационная гастрономия. Все это находит живой отклик и у молодежи.

В поисках аленького цветочка

Председатель правления Республиканского союза туристической индустрии Филипп Гулый добавляет, что наряду со многими преимуществами, которые есть у Беларуси для развития туризма, существуют и направления, по которым следует работать больше и глубже. Частая ошибка бизнеса в том, что он исходит из локаций и продуктов вместо потребностей клиента.

— Нет у нас ни гор, ни моря, ни пирамид, ни Эйфелевой башни. Но есть то, чего в мире мало и что действительно ценно. Безопасность, порядок и чистота — очень зря многие это недооценивают и воспринимают как должное. Для туристов из Москвы и Санкт-Петербурга всегда удобная логистика, что тоже немаловажно. Природный фактор в сочетании с этнографией и качеством продуктов — именно здесь очень много недоработок и огромный потенциал роста (в первую

очередь нужно упорядочить пляжные территории, сделать их привлекательными для бизнеса, развивать на них качественные сервисы для туристов). А еще не забывать про архитектурно-исторический аспект, который важен для рынка ЕАЭС и дружественных стран в части «европозамещения», — подчеркивает Филипп Гулый.

В деле стимулирования агроэкотуризма, по мнению эксперта, необходимо принимать новые программы развития на основе кластеров, с учетом принципа ранжирования территорий. Важны и качественные программы обучения, так как сфера туризма и критерии потребления на целевых рынках за последние годы претерпели значительные изменения.

— Зрелость этого направления требует и финансового агента в лице финансово-кредитных организаций, обладающих как компетенцией, так и инструментарием, — считает председатель правления РСТИ. — Нужны отдельные программы развития, такие как «водный и активный туризм», «глэмпинги и пляжные территории», «тропостроение», где агроусадьбы выступают естественным сервисом и ресурсом для сопутствующей инфраструктуры. Самое важное — эффективные, простые и понятные правила с учетом синхронизации таких процессов, как совершенствование законодательства в агротуризме и республиканском регулировании туротрасли. Все это дает надежду и обоснованный оптимизм.

Филипп Гулый уверен, что интеграция продуктов креативных индустрий в туристические продукты будет увеличиваться. Это касается как моды, парфюмерии, так и гастрономии.

— Запрос на оригинальные, качественные, натуральные товары локальных площадок был всегда, а его возрастающий спрос — общемировой тренд, своеобразный потребительский протест против глобализма и унификации.

Сакральная задача любого путешествия — привезти то, что есть только там, где ты был, удивить тех, кто там не был, тем самым добавив уникальности в свое путешествие. В общем, «цветочек аленький» нужен! А значит, классические материалы и продукты должны трансформироваться в оригинальную аутентичку, но при этом соответствовать трендам. Должно быть творчество, креатив, искусство. Какие для этого нужны условия? Насколько это увеличит доходность отрасли? С чего начать и что делать дальше, на каком этапе? Вот вопросы, требующие ответов в конкретных цифрах, программах и нормативно-правовых актах.

Председатель правления РСТИ отмечает, что рынок туруслуг в Беларуси сейчас растущий:

— Беларусь не до конца справляется с удовлетворением возросшего потока и новых потребностей туристов. А развитие в туризме — это всегда работа на опережение! Наши темпы внедрения идей и принятия решений весьма медленны. Надстройки весьма локальны и хаотичны — почти всегда без учета долгосрочного развития. Такой эмпирический путь уместен на стабильном рынке, но в том историческом моменте, который туриндустрия переживает сейчас, необходимы и обязательны генеральное планирование, централизованная ответственность и компетенции, консолидация ресурсов на уровне страны, кооперация с крупным бизнесом и выверенная отраслевая политика как в статанализе и законодательных актах, так и в инфраструктурных инвестициях и маркетинговой стратегии. Сегодняшний день — наш шанс.

**Юлия ДЕМЕШКО, Виолетта
ДРАЛЮК**