

ТРЕНДЫ И НОВЫЕ НАПРАВЛЕНИЯ РАЗВИТИЯ ТУРИЗМА В БЕЛАРУСИ

Туризм включен в семерку приоритетных направлений развития экономики Беларуси в текущей пятилетке. Данный факт может даже удивить, если не знать, что такая «несерьезная» сфера деятельности уже сегодня составляет 2% в ВВП страны и создает сотни и тысячи рабочих мест.

Выступая с Посланием к белорусскому народу и Национальному собранию 18 декабря 2025 г. Глава государства А.Г.Лукашенко на текущую пятилетку поставил задачу – **увеличить вклад туризма в экономику минимум в два раза. Все для этого есть.**

Цель вполне реалистичная, если грамотно задействовать еще не реализованный страной соответствующий потенциал. И двигаться в этом направлении просто необходимо, если вспомнить, что туризм составляет более 10% мировой экономики.

Кроме того, развитие сферы туризма – определенный показатель степени цивилизованности страны, благополучия ее населения.

Для того, чтобы быть туристически привлекательной, страна должна удовлетворять ряду требований.

Как минимум, обеспечивать личную безопасность для гостей, не быть втянутой во внутренние (*конфессиональные, политические, национальные, расовые*) и внешние конфликты, не находиться, как ряд государств с условным/разрушенным суверенитетом, под ударами международного терроризма или во власти мафиозных группировок (*занимающихся торговлей людьми и наркотиками*).

По этим параметрам Беларусь в числе наиболее благополучных стран. Это важнейшая часть государственной внутренней и внешней политики.

Далее. Страна должна располагать рекреационным, экологическим, культурным (*аутентичным*), развлекательным потенциалом, обладать объектами культурно-исторического значения.

По этому поводу можно отметить, что с начала 1990-х годов **площадь особо охраняемых природных территорий** в Республике Беларусь была **увеличена более чем в два раза.**

Национальный парк «Беловежская пуца» заслуженно входит в топ-5 туристических объектов, которые считаются визитной карточкой Беларуси (*популярности пуци способствовало учреждение на ее территории «Поместья Деда Мороза» – удачный пример комплексного подхода к развитию туристического потенциала*).

В 1990-е годы и начале 2000-х годов многих удивляло упорное стремление государства хоть что-то вкладывать в восстановление Мирского и Несвижского замков. Разве до этого было в те трудные времена? Однако судить надо по результату. Сегодня эти историко-культурные, архитектурные жемчужины являются визитной карточкой страны, они наиболее узнаваемы (*не только внутри страны*), любимы и посещаемы туристами.

Из наиболее значимых возрожденных в последнее время (*и находящихся в процессе реставрации*) архитектурных сооружений, имеющих историко-культурную ценность следует отметить Коссовский замок (*дворец Пусловских*), Ружанский дворцовый комплекс Сапег, Старый замок в г.Гродно, Лидский замок (*Замок Гедемина*), замок Булгаков в аг.Жиличи (*который нередко называют «второй Несвиж» и даже «белорусский Версаль»*). Нельзя забывать, что восстановление подобных архитектурных сокровищ имеет смысл не только ради развития туристической отрасли, создания новых рабочих мест, пополнения бюджета, но и как изысканное украшение нашей Беларуси.

В целом в **Государственный список историко-культурных ценностей Республики Беларусь** включено **5 695 объектов** – есть, что посмотреть и куда съездить на досуге.

Кроме того, в стране зарегистрированы и успешно действуют **156 музеев** (*если в 2020 году на 1 000 человек населения приходилось 300 посещений музеев, то в 2025 году – 1 058 посещений*).

Визитной карточкой нашей страны станет самый масштабный и знаковый проект в сфере культуры – **Национальный исторический музей Республики Беларусь**, строительство которого находится на завершающей стадии. В новом здании музея воплощена идея Президента Республики Беларусь А.Г.Лукашенко о том, что архитектура должна отражать национальную самобытность страны.

Если разбудить любого белоруса среди ночи и, не дав ему возможности прийти в себя, сразу спросить: «А ну-ка назови самое известное культурное мероприятие нашей страны, куда народ валом валит, да и чтобы во всем мире его знали?». Не раскрыв глаза, каждый белорус ответит – Славянский базар (*Международный фестиваль искусств «Славянский базар в Витебске»*), и заснет дальше, полностью уверенный в правильности ответа.

Более молодой (*проводится с 2010 года*) Республиканский праздник «Купалье» («Александрия собирает друзей») быстро догоняет по популярности фестиваль в г.Витебске.

Кроме того, устоялись и нашли свое место в фестивально-праздничном календаре: Республиканский фестиваль национальных

культур в г.Гродно, Национальный фестиваль белорусской песни и поэзии «Маладзечна», Дни белорусской письменности, областные «Дожинки», праздник средневековой культуры «Рыцарский фест» в г.Мстиславле и другие.

Посещение таких мероприятий официально называется событийным туризмом, хотя здесь могут быть пересечения и с историко-культурным туризмом.

Согласно плану мероприятий по реализации Концепции развития национального культурного пространства в последние годы поднялась настоящая волна **региональных праздников и фестивалей**.

Их десятки. Часть из них еще очень «сырые», какие-то и не приживутся, но многие найдут свою форму и содержание, принесут в нашу жизнь праздник, а туристам подарят так высоко ценимую аутентичность. Потенциал здесь весьма существенный – эта «золотоносная жила» толком еще не разрабатывалась.

Отдельно следует сказать об объектах и мероприятиях по увековечиванию памяти подвига советского народа в годы Великой Отечественной войны. Среди наиболее знаковых объектов следует назвать знакомые каждому белорусу с детства Музей истории Великой Отечественной войны в г.Минске, мемориальный комплекс «Хатынь» и Музей обороны Брестской крепости, находящийся в постоянном развитии, а также Музей Славы Могилевщины, недавно открывшийся на базе мемориального комплекса «Буйничское поле» и другие. Это именно те места, к которым, как говорится, «не зарастет народная тропа», через которые проходят тысячи людей. Кроме указанных на территории Беларуси сотни и тысячи других объектов и памятных мест, связанных с Великой Отечественной войной.

С одной стороны, это патриотическое воспитание в чистом виде, но это и туризм, часть его индустрии, хотя язык не поворачивается назвать туризмом посещение мемориальных комплексов в Хатыни, Красном Береге, Тростенце и др., откуда люди выходят в слезах. Однако это тоже наша история, навязанная нам «цивилизованными» соседями с Запада. Пусть и они посмотрят, может меньше будут перевиравать историю, может поправят несколько подрастерянный иммунитет к нацизму и его новым проявлениям.

Возвращаясь к базовым условиям, необходимым для развития туристической отрасли отметим следующие: от населения принимающей страны ожидается проявление дружелюбия, толерантности не только в рамках разового посещения, но и для поддержания непрерывной индустрии гостеприимства. Все это у нас есть, является органичной частью менталитета нашего народа, этого у нас не отнять. Мы такие, нет

необходимости что-то дополнительно предпринимать, притворяться, подстраиваться.

Как отметил Президент Республики Беларусь А.Г.Лукашенко на празднике «Купалье» («Александрия собирает друзей»): *«Мы с чистым сердцем предлагаем каждому гостю свои самые ценные сокровища – культурные, духовные, ремесленные и кулинарные. И дополняем их знаменитым белорусским гостеприимством, которого нигде в мире не найдешь... Это – наш бренд, наша особенность».*

Возможность развивать так называемый **религиозный туризм** по различным конфессиональным направлениям является прямым следствием естественной для нашего общества толерантности.

Так, в стране зарегистрированы и мирно сосуществуют 25 религиозных конфессий и направлений, созданы 4 духовных центра.

В Беларуси сохранилась своеобразная и необычная храмовая архитектура благодаря переплетению религий и архитектурных стилей. Многие из культовых сооружений – абсолютно уникальны.

Посещение этих объектов включено в экскурсии более 80 туристических компаний, занимающихся въездным и внутренним туризмом.

Паломники из разных стран мира и многочисленные туристы, интересующиеся историей и архитектурой, приезжают увидеть великолепные храмы и древние святыни Беларуси, посетить религиозные праздники и духовные фестивали.

А вот что является «изюминкой», брендом нашей туристической сферы, пусть еще и очень молодой?

Одно из главных достоинств отдыха в Беларуси – возможность сочетания его с квалифицированным лечением. Условия размещения и питания в санаториях соответствуют высоким требованиям стандартов по этим видам услуг. Материально-техническая база и кадровый потенциал **лечебно-оздоровительного** комплекса Республики Беларусь позволяют наращивать объемы предоставляемых услуг и выручку от их оказания.

Есть все основания ожидать уверенного развития **медицинского туризма**. За помощью к белорусским врачам в 2025 году обращались 176 тыс. иностранных граждан из 160 стран мира (*с 2020 по 2025 год экспорт услуг в области здравоохранения вырос в 1,5 раза*).

Что безмерно важно в этой связи – общий рост уровня белорусской медицины (*в том числе на деньги иностранных медицинских туристов*) – достояние граждан нашей страны, пользующихся ее услугами ежедневно и в основном бесплатно.

Нельзя не сказать о развивающемся в последние годы быстрыми темпами **промышленном туризме**. Ничего удивительного – мы индустриальная держава и нам есть, что показать в этой связи.

Сегодня в Беларуси более 130 предприятий из различных отраслей открыты для туристов.

Развитие и продвижение промышленного туризма в Беларуси способствует не только укреплению экономики и созданию новых рабочих мест, но и повышению интереса к производственной сфере и рабочим профессиям у молодежи, росту квалифицированных кадров и развитию инноваций в различных отраслях.

Отличительной чертой туристической индустрии в Беларуси является широкое распространение агроусадеб (**агрозкотуризм**), число которых в 2025 году достигло 1 441. Они обслужили 472 тыс. туристов, из которых 95% – белорусы (*любим свое, умеем подавать свое – это хорошо*).

Охотничий туризм показал рост доходности к 2024 году в 129% (*его въездной сегмент даже на 147%*).

Подводя итог можно отметить:

по результатам 2025 года наша страна **входит в тройку лидеров среди стран СНГ** по индексу устойчивого развития туризма и в **топ-50** самых посещаемых туристами стран (*48-е место из 202*);

в 2024 году объем экспорта туристических услуг вырос к 2021 году более чем в 2 раза и составил 268 млн долларов США;

численность организованных иностранных туристов и экскурсантов, посетивших Республику Беларусь в 2025 году составила 579 тыс. человек (2024 г. – 367 тыс., 2021 г. – 71 тыс.);

ключевым трендом в последние годы является активизация внутреннего туризма и высокая готовность белорусских граждан к путешествиям в пределах страны. В 2025 году 2,21 млн граждан Республики Беларусь путешествовали по турам в пределах страны (*1,2 млн в 2021 г.*), что почти в 3 раза больше, чем выехало за рубеж;

в 2025 году численность организованных туристов и экскурсантов – граждан Республики Беларусь, выехавших за границу, составила 736 тыс. человек (*средняя продолжительность пребывания за границей гражданина Республики Беларусь в 2025 году составила 8 дней*).

Дальнейшее развитие отрасли в ближайшие годы предусмотрено Государственной программой «Туризм» на 2026–2030 годы.

Документ делает акцент на нескольких направлениях: развитие инфраструктуры, повышение качества туристических услуг, поддержка региональных инициатив, продвижение Беларуси за рубежом и расширение туристической географии внутри страны.

Запланирована реализация 145 инвестиционных проектов с общим бюджетом более 1 млрд 700 млн рублей, которые позволят улучшить туристическую инфраструктуру и сервис для туристов *(а также дать импульс развития в смежных сферах – туризм, как никакая другая отрасль, включает в себя более 50 видов экономической деятельности)*.

В своей речи на церемонии вступления в должность 25 марта 2025 г. **Президент Беларуси Александр Лукашенко** поручил обеспечить в ближайшей пятилетке дальнейшее развитие туристической отрасли страны. ***«Задача пятилетки – сделать туризм национальным проектом. Открыть миру нашу историю, культуру и язык».***