

## **ВЛИЯНИЕ ЭКОТУРИЗМА НА ЗЕЛЕНЬИ ИМИДЖ СТРАНЫ И МЕЖДУНАРОДНОЕ ПОЗИЦИОНИРОВАНИЕ**

Имидж — общее впечатление от какого-либо товара, объекта окружающей среды, личности или деятельности, а также от организации, территории или государства. Как и любое впечатление, имидж формируется под воздействием внутренних и внешних факторов и всегда имеет эмоциональную окраску [1]. В современном мире важным фактором становится экологический имидж. Зеленый имидж страны — целостное восприятие государства на международной арене как экологически ответственного, приверженного принципам устойчивого развития и охраны окружающей среды. На экологический имидж работает целый ряд факторов: отношение населения и бизнеса к природе, производству и потреблению, системе сбора и переработки отходов, производства энергии и многое другое.

Экологический туризм может стать важным фактором зеленого имиджа страны. Это способствует укреплению доверия со стороны международных инвесторов и туристов — высокий уровень экологического управления страны положительно влияет на ее восприятие и намерение посетить. Развитие экологического туризма является драйвером экспортных доходов и экономического роста. Туристы, ориентированные на природу, устойчивое развитие и ответственное потребление, готовы тратить больше, а регионы с зеленым имиджем получают преимущества в привлечении доходов от экспорта туризма. При этом экологический имидж усиливает не только туристическую, но и социальную и инвестиционную привлекательность региона: он может способствовать улучшению качества жизни населения, увеличению продолжительности жизни и демографических показателей.

Таким образом, зеленый туризм создает экономические, социальные и экологические преимущества. Для реализации этого потенциала необходима целенаправленная государственная политика. Ее основные направления включают: поддержку местных инициатив через финансирование создания экоотелей и гостевых домов; внедрение цифровых технологий, таких как интерактивные карты зеленых маршрутов, мобильные гиды с дополненной реальностью и привлечение экологических инфлюенсеров для продвижения регионов; а также создание коммуникационных площадок — ежегодного фестиваля и виртуальной выставки эколокаций. Такой подход позволит развить отрасль и раскрыть ее потенциал в полной мере.

Экотуризм эффективен, когда местные жители понимают его ценность и получают выгоды от его развития. Нужно поддерживать

малые бизнесы (гостевые дома, ремесленные мастерские, экофермы), проводить образовательные программы по экокультуре, ответственному поведению и устойчивому потреблению. Также необходимо развивать зеленый туризм, поддерживая районы в создании современных цифровых продуктов, ориентированных на молодую аудиторию, продвигая экологические маршруты через социальные сети, видеоконтент и креативные кампании. Стране важно продвигать себя в зеленом направлении на туристическом рынке как экологическую страну, развивать онлайн-платформы и визуальные медиа, чтобы улучшить свое международное позиционирование и способствовать экономическому росту.

### **Источник**

1. *Суздалева, А. Л.* Экологический имидж и экологический имидж-мейкинг А. Л. Суздалева // Природно-технические системы. — URL: <https://ntsyst.ru/pages/ecolimage.html> (дата обращения: 08.11.2025).

***И. Д. Ковалёв, П. М. Чеботарь, А. И. Антоненков***  
*БГЭУ (Минск)*

## **ИННОВАЦИОННЫЕ ПОДХОДЫ К РАЗРАБОТКЕ И ПРОДВИЖЕНИЮ НАЦИОНАЛЬНОГО ТУРИСТИЧЕСКОГО ПРОДУКТА В БЕЛАРУСИ**

Туристическая отрасль Беларуси в 2025 г. демонстрирует устойчивый рост по количеству туристических услуг по въездному туризму. Он связан с внедрением цифровых технологий и расширением ассортимента национального туристического продукта. По данным Белстата, за первое полугодие 2025 г. зафиксировано 6,6 млн въездных и 19,7 млн внутренних туристических поездок, что подталкивает отрасль к модернизации и нововведениям [1].

Одним из ключевых направлений инновационного развития является создание национальных цифровых туристических платформ, например [bestbelarus.by](http://bestbelarus.by) — единый сервис маршрутизации, включающий более 1000 объектов: Мирский и Несвижский замки, Беловежскую пушу, Брестскую крепость, Августовский канал, этнодеревни и гастрономические кластеры.

Активно внедряются инновационные технологии. Лишь в 2025 г. виртуальные экскурсии появились в Мирском замке, Музее Славы Могилевщины, Музее истории ВОВ. Разрабатываются VR-реконструкции исторических событий, включая «Оборону Брестской крепости» и «Старый Минск 1900-х годов» [2]. Однако в отрасли наблюдается нехватка кадров, владеющих цифровыми навыками, ограничена