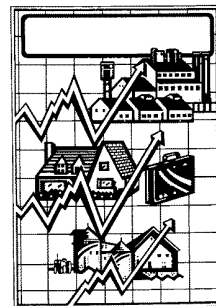


## РЕАЛЬНЫЙ СЕКТОР ЭКОНОМИКИ И ПОТРЕБЛЕНИЕ



**О. В. ЕЖЕЛЬ, А. И. ЛЯШКОВА**

---

### ТУРИСТИЧЕСКИЕ РЕСУРСЫ КАК ДЕТЕРМИНАНТА УСТОЙЧИВОГО РАЗВИТИЯ ТУРИЗМА В РЕСПУБЛИКЕ БЕЛАРУСЬ

---

Статья посвящена анализу туристических ресурсов и рынка внутреннего туризма Республики Беларусь с целью разработки инструментов и мер стимулирования спроса. Исследованы понятия «туристический ресурс» и «туристический объект», рассмотрены их виды и модификации, предложена авторская классификация туристических ресурсов. Раскрыты особенности устойчивого развития туризма, проанализирован опыт иных государств, предложены подходы к решению проблем, связанных с использованием туристических ресурсов и способов активизации спроса на внутренний туризм.

**Ключевые слова:** туристические ресурсы; туристический объект; туристический регион; внутренний туризм; устойчивое развитие; геокешинг; глэмпинг.

**УДК** 338.48

За последние два года сложная эпидемиологическая ситуация в мире и иные внешние факторы позволили наглядно оценить роль туризма как в мировой, так и белорусской экономике. Так, согласно данным, представленным Национальным статистическим комитетом Республики Беларусь, экспорт туристических услуг сократился более чем в 2,5 раза [1]. Сокращение туристического потока существенно отразилось на всех субъектах туристической отрасли: объектах общественного питания, средствах размещения, транспортной системе, что привело к сокращению числа занятых в данных сферах. Численность занятых в сфере туризма (в среднем за год) в 2020 г. сократилось более чем на 5,9 тыс. человек.

Эпидемиологическая обстановка и закрытые границы большого количества стран в мире все еще выступают в качестве сдерживающего фактора на пути к восстановлению сферы туризма. Ввиду закрытия границ число туристических поездок граждан Республики Беларусь за границу в 2020 г. составило 2 810,4

*Оксана Викторовна ЕЖЕЛЬ (oejel@mail.ru, oejel@bseu.by), кандидат экономических наук, доцент, зав. кафедрой экономики и управления туристической индустрией Белорусского государственного экономического университета (г. Минск, Беларусь);*

*Алина Ивановна ЛЯШКОВА (linaliashkova@gmail.com), магистрант Белорусского государственного экономического университета (г. Минск, Беларусь).*

тыс. поездок, что на 6 410,8 тыс. поездок меньше, чем в 2019 г. и на 6 515,5 тыс. поездок меньше по сравнению с 2018 г. [1]. Однако данная ситуация послужила стимулом для увеличения спроса на внутренний туризм и развитие данного направления. Туристическая отрасль всех государств мира оказалась не готова к такого рода вызовам.

Учитывая влияние пандемии COVID-19 на свободу путешествий и доверие туристов, индустрия туризма сосредоточилась на внутренних и близлежащих рынках, чтобы обеспечить постепенное восстановление. Именно переориентация на внутренний рынок позволяет нам не только раскрыть потенциал новых туристических направлений, но и познакомить туристов с концепцией устойчивого развития внутреннего туризма. Именно внутренний туризм дает возможность минимизировать социальные вопросы, сокращает неравенство между принимающей стороной и туристом, способствует развитию местных мелких предпринимателей, сохраняет аутентичные особенности региона и увеличивает уровень информированности населения о туристических направлениях своей страны.

Невзирая на наличие большого количества научных исследований о сущности и классификации туристических ресурсов и объектов, в настоящее время не сложилось единого подхода к трактовке данных понятий. Тенденции развития современного туризма обогащают содержание поездок, интегрируя в сферу туристическо-экскурсионной деятельности разнообразные объекты показа, расширяется спектр туристических ресурсов.

Для эффективного функционирования туристического сектора всей страны необходимы туристические ресурсы, которые являются основным условием для развития туристического потенциала государства в целом и туристической деятельности на его территории в частности. Туристические ресурсы выступают в качестве материальной основы устойчивого развития туризма и рассматриваются в качестве потенциала экономического роста в сфере туризма, а не только как способ достижения цели по укреплению и восстановлению здоровья.

В общем виде туристические ресурсы изучаются как часть антропогенной и природной среды, ее явления и объекты, которые востребованы человеком и выступают в качестве мотива для путешествия. Они являются главным элементом формирования туристического продукта в определенном туристическом регионе. Согласно определению Всемирной туристской организации (UNWTO) туристический регион представляет собой территорию, которая располагает большой сетью специальных сооружений и услуг, необходимых как для организации отдыха, так и для организации учебного процесса или оздоровления [2].

Обзор существующих трактовок дефиниции как отечественных авторов (В. И. Малашенко, Т. М. Сергеева, А. П. Дурович), так и иностранных (М. Труаси, П. Дефер, С. Валкер, А. М. Ветитнев, И. И. Золотарев, Е. О. Ушакова, Н. П. Крачило и др.) выявил повышенное внимание к формальному аспекту. На наш взгляд, с точки зрения выявления структуры туристических ресурсов наиболее приемлемо выделение трех основных групп туристических ресурсов: природа + социокультура, инфраструктурные и информационные ресурсы.

**Первая группа — «природа + социокультура».** Данная группа базируется на объединении таких туристических ресурсов, как культурные, культурно-исторические, культурно-познавательные, социокультурные, исторические, археологические и другие объекты.

Важнейшей составляющей культурно-исторического потенциала является историко-культурное наследие Республики Беларусь. Так, на ее территории, согласно Государственному списку историко-культурных ценностей, насчиты-

вается порядка 5 278 объектов. В данный перечень включены памятники архитектуры, археологии, истории и градостроения. Из них 723 объекта находятся в Брестской области, 935 — в Витебской области, 859 — в Гомельской области, 697 — в Гродненской области, 1 059 — в Могилевской области, 654 — в Минской области и в г. Минске — 351 объект [3].

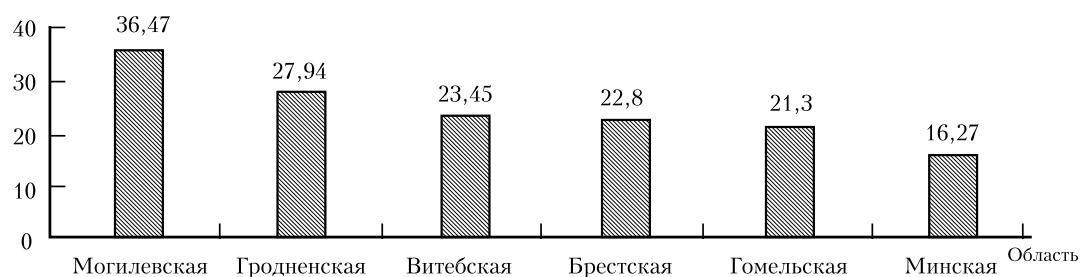
Все объекты списка историко-культурных ценностей разделены на категории в зависимости от характеристики объекта (например, памятник археологии, истории и др.) и от масштаба значимости (международные, региональные и др.). Так, на территории Гродненской области располагается 7 объектов из списка всемирного наследия, 15 объектов международной значимости, 134 объекта — республиканской значимости и 541 объект региональной значимости. Подробнее по областям данные представлены в табл. 1.

**Таблица 1. Историко-культурные объекты и их значимость по областям Республики Беларусь**

Область	Всемирное наследие	Международная значимость	Республиканская значимость	Региональная значимость
Гродненская	7	15	134	541
Минская	2	9	92	551
Брестская	4	9	129	582
Витебская	3	4	90	842
Гомельская	1	4	32	823
Могилевская	0	6	39	1 015

Примечание: наша разработка на основе [3].

Сравнение областей Республики Беларусь по критерию оснащенности объектами историко-культурного наследия представлено на рис. 1.



**Рис. 1. Оснащенность историко-культурными объектами на 1 000 км<sup>2</sup>**

Наибольшая плотность объектов историко-культурного наследия сосредоточена в Могилевской, Гродненской и Витебской областях. Однако при этом стоит отметить, что полученные данные не отражают в полной мере территориальную дифференциацию объектов историко-культурного наследия, так как большинство представленных объектов относятся к III категории значимости, а именно: объекты регионального значения (порядка 87 %). Они не всегда имеют достаточную аттрактивность и туристическую ценность. Кроме того, показатели плотности значительно зависят от площади областей.

В качестве информационной базы для определения участия объектов в экскурсионных маршрутах был выбран интернет-ресурс [ekskursii.by](http://ekskursii.by), так как именно этот сайт является одним из ведущих белорусских экскурсионных порталов. Для определения объектов, внесенных в Государственный реестр туристических ресурсов Республики Беларусь, проанализирован перечень материальных объектов и нематериальных проявлений творчества человека,

которым присвоен статус и категория историко-культурных ценностей. Проанализировав количество объектов, включенных в туристическо-экскурсионные маршруты международного и национального назначения, можно сделать вывод, что наиболее вовлеченными и посещаемыми архитектурными памятниками являются:

шедевры древних школ зодчества XI—XII вв. (Полоцкий Свято-Софийский собор, Полоцкая Спасо-Евфросиниевская церковь, Гродненская Свято-Борисо-Глебская церковь);

средневековые памятники военно-оборонительной архитектуры (Каменная башня, Гольшанский, Гродненский, Кревский, Лидский, Новогрудский замки);

дворцово-парковые комплексы (Мирский и Несвижский);

уникальные храмы оборонного типа (Сынковичская Свято-Михайловская церковь, Мурованковская Свято-Рождество-Богородицкая церковь, Камайский костел Святого Иоанна Крестителя);

деревянные церкви (Полесье и другие районы);

военные сооружения времен Второй мировой войны (Брестская крепость, мемориальный комплекс Хатынь и др.).

Вместе с тем большая часть экскурсионных маршрутов начинается с выезда из Минска; экскурсионным порталом [ekskursii.by](http://ekskursii.by) предлагается 186 из 210 программ. Стоит отметить, что в Витебской, Минской и Гродненской областях объекты историко-культурного наследия в большей степени включены в туристическо-экскурсионный показ (20,3, 19,7 и 14,2 % соответственно). Низкий уровень аттрактивности в малых городах объясняется недостаточным уровнем использования туристического потенциала — дворцово-парковых комплексов, старинных костелов, церквей, дворцов и замков, уникальных памятников природы, неразвитостью инфраструктуры и рынка туристических услуг, а также отсутствием рекламно-информационной деятельности о туристических ресурсах данных территорий.

Кроме этого, к группе туристических ресурсов «природа + социокультура» относятся природные туристические ресурсы, такие как заповедники, национальные парки, заказники и памятники природы, которые являются уникальными, эталонными и ценными природными комплексами и объектами, имеющими особое экологическое, научное и (или) эстетическое значение, в отношении которых установлен особый режим охраны и использования.

По оценкам международных экспертов 60 % мировых туристов среди основных стимулов для путешествия выделяют желание наслаждаться природой. Через развитие агроэкотуризма в Республике Беларусь происходит знакомство с самобытной культурой, укрепление самосознания нации, демонстрация гостеприимства народа. Это является платформой для создания уникального аутентичного туристического продукта. По состоянию на 1 января 2022 г. в Реестре административно-территориальных и территориальных единиц содержатся сведения о 1 198 особо охраняемых природных территориях (далее — ООПТ), в том числе: 4 национальных парках (Беловежская Пуща, Браславские озера, Припятский, Нарочанский); 2 заповедника (Березинский биосферный и Полесский государственный радиационно-экологический); 102 заказниках республиканского значения; 15 заказниках областного значения; 399 заказниках районного значения; 259 памятниках республиканского значения; 24 памятниках областного значения; 393 памятниках районного значения [4].

На рис. 2 представлена динамика площадей особо охраняемых природных территорий Республики Беларусь за последние 20 лет (2001—2021 гг.).

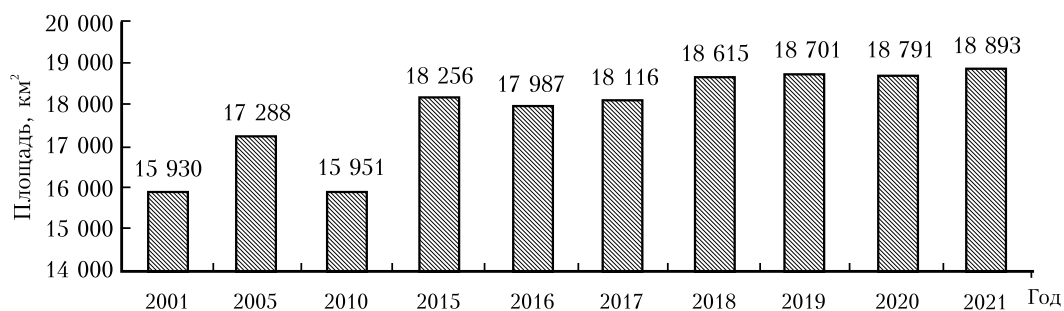


Рис. 2. Площадь особо охраняемых природных территорий Республики Беларусь в 2001 – 2021 гг.

Примечание: наша разработка на основе [4].

Многие ООПТ страны являются особенными и даже уникальными для территории Европы и принимают непосредственное участие в туристических продуктах, предлагаемых на территории Республики Беларусь. Успешным примером взаимодействия туристического сектора и ООПТ является Национальный парк «Нарочанский». С опорой на научные рекомендации удалось обеспечить адекватную территориальную организацию ООПТ национального парка, провести строительство, реконструкцию и переоснащение туристических объектов, обеспечить проведение благоустройства территорий курортной зоны озера Нарочь, оптимизацию и регулирование допустимой нагрузки на природные комплексы национального парка, оборудование экологических троп и маршрутов.

Водные ресурсы Беларуси являются наиболее перспективной частью ее природно-рекреационного потенциала. На территории республики насчитывается более 20,8 тыс. рек, 10,8 тыс. озер, около 130 водохранилищ. При этом из 18 зон отдыха республиканского значения более 50 % приурочено к рекам, а 26 % – к крупным озерным системам [5]. Приоритетность потребительских запросов населения в отдыхе у водных объектов вызвала необходимость активизации работ по выявлению условий для развития видов водного туризма и отдыха на водотоках Республики Беларусь.

В настоящее время использование водных ресурсов как составляющего элемента природного туристического ресурса, как правило, связано с организацией массового оздоровительного отдыха населения. При этом многие водные объекты представляют познавательную ценность как эколого-природоведческого, так и культурно-исторического характера. Однако культурно-исторический потенциал озер, рек, каналов Беларуси не всегда находит должное отражения в программах туристического обслуживания и требует специального исследования. Успешным примером использования природного туристического ресурса выступает Августовский канал. Данный водный объект выступает в качестве полноценного туристическо-рекреационного парка, который смог объединить в себе различные туристические маршруты: велосипедные (6 видов), водные (5 видов), пешие (3 вида), конные (1 вид). Кроме того, вся территория канала разбита на три зоны: для активного туризма, для рекреационно-развлекательного туризма и для спортивно-оздоровительного туризма, что позволяет привлечь туристов с разной мотивацией для путешествий.

**Второй группой туристических ресурсов** являются **инфраструктурные**, позволяющие упростить доступ к туристическим ресурсам из первой группы, так как потребности туриста заключаются не только в удовлетворении туристического интереса и получении впечатлений, но и в удовлетворе-

нии различных сторон его жизнедеятельности (физиологические, умственные, духовные и другие потребности) [6].

В 2021 г. в Республике Беларусь насчитывалось 1 066 коллективных средств размещения (97,2 % к 2020 г.), с номерным фондом 39 855 единиц (98 % к 2020 г.). В 2020 г. насчитывалось 1 096 коллективных средств размещения (104,2 % к 2016 г.), с номерным фондом 40 658 единиц (101,5 % к 2016 г.). До 2019 г. наблюдался рост количества лиц, размещенных в гостиницах и аналогичных средствах размещения: было размещено 2 950,4 тыс. чел. (из них граждан Республики Беларусь — 965 тыс. чел., или 46,4 %). Темпы роста данных показателей к уровню 2016 г. составили 122,5 % (по гражданам Республики Беларусь — 109 %, по гражданам других государств — 137,2 %). Коэффициент загрузки гостиниц и аналогичных средств размещения в 2019 г. составил 32,2 % (в 2016 г. — 27 %). Однако с началом пандемии COVID-19 данный показатель снизился, и количество лиц, размещенных в гостиницах и аналогичных средствах размещения, в 2020 г. составило 1 699,7 тыс. чел., что на 1 250,7 тыс. чел. меньше, чем в 2019 г. Коэффициент загрузки гостиниц и аналогичных средств размещения в 2020 г. составил 18,2 %. В 2021 г. было размещено уже 2 322,2 тыс. чел. Выручка от размещения туристов в гостиницах и аналогичных средствах размещения в 2021 г. показала высокие темпы прироста, в среднем по стране 45 % (табл. 2).

**Таблица 2. Выручка, поступившая от размещения в гостиницах и аналогичных средствах размещения в 2016—2021 гг.**

Месторасположение	Выручка от размещения, тыс. р.					
	2016 г.	2017 г.	2018 г.	2019 г.	2020 г.	2021 г.
Брестская область	15 096,2	16 362,2	18 890,4	24 503,1	13 539,9	17 803,4
Витебская область	12 372,2	12 250,4	14 916,0	15 215,3	9 009,7	11 062,8
Гомельская область	11 689,6	12 806,1	14 190,6	14 284,5	9 164,5	11 865,6
Гродненская область	8 552,0	9 799,5	11 680,7	13 423,7	8 650,8	12 113,3
Минская область	18 045,5	17 875,2	19 933,6	25 052,8	19 373,8	22 619,6
г. Минск	108 802,2	127 696,7	150 711,9	182 118,6	64 990,1	104 545,0
Могилевская область	8 185,4	8 326,9	10 541,6	10 944,4	6 919,1	10 685,7
Всего по стране	182 743,1	205 117,0	240 864,8	285 542,4	131 647,9	190 695,4

*Примечание:* наша разработка на основе [7].

Анализ динамики номерного фонда гостиниц и аналогичных средств размещения в Республике Беларусь в 2016—2021 гг. (табл. 3) показал, что с 2018 г. наблюдается тенденция к сокращению, кроме Брестской и Могилевской областей.

**Таблица 3. Номерной фонд гостиниц и аналогичных средств размещения в 2016—2021 гг.**

Месторасположение	Номерной фонд, ед.					
	2016 г.	2017 г.	2018 г.	2019 г.	2020 г.	2021 г.
Брестская область	2 508	2 524	2 700	2 749	2 844	2 781
Витебская область	2 843	2 753	2 653	2 618	2 353	2 235
Гомельская область	2 719	2 608	2 541	2 435	2 377	2 281
Гродненская область	1 529	1 613	1 611	1 413	1 403	1 346
Минская область	2 684	2 813	2 623	2 720	2 663	2 591
г. Минск	6 223	6 397	6 298	6 356	6 318	6 300
Могилевская область	2 115	2 102	2 164	2 294	2 361	2 301
Всего по стране	20 621	20 810	20 590	20 585	20 319	19 835

*Примечание:* наша разработка на основе [7].

Для оценки номерного фонда проведем оценку чистой доходности от реализации одного номера по областям Республики Беларусь по следующей формуле:

$$RevPAR = \frac{RmRv}{RmSd},$$

где  $RmRv$  — выручка от размещения в гостиницах и аналогичных средствах размещения;  $RmSd$  — количество номеров к продаже (на конец периода).

$RevPAR$  — показатель эффективности гостиницы, который является одним из важнейших в анализе. Как мы видим, ситуация, связанная с сокращением туристических потоков ввиду коронавирусных ограничений, ярко заметна в 2020 г. Однако уже в 2021 г. наблюдается постепенное восстановление гостиничного рынка. Большая часть гостиниц расположена в крупных городах. Как видно из табл. 4, большей доходностью от реализации номеров обладают коллективные средства размещения в г. Минске, а также в Гродненской, Минской и Брестской областях. Именно в этих регионах сконцентрированы основные и наиболее массовые аттрактивные пункты. Это положение вызывает дополнительную нагрузку на данные регионы. Главной задачей данных туристических центров становится оценка степени устойчивости природных территориальных комплексов к рекреационной нагрузке.

**Таблица 4. Чистая ставка доходности номера в гостиницах и аналогичных средствах размещения в 2016—2021 гг.**

Месторасположение	Чистая ставка доходности номера					
	2016 г.	2017 г.	2018 г.	2019 г.	2020 г.	2021 г.
Брестская область	6,02	6,48	7,00	8,91	4,76	6,40
Витебская область	4,35	4,45	5,62	5,81	3,83	4,95
Гомельская область	4,30	4,91	5,58	5,87	3,86	5,20
Гродненская область	5,59	6,08	7,25	9,50	6,17	9,00
Минская область	6,72	6,35	7,60	9,21	7,28	8,73
г. Минск	17,48	19,96	23,93	28,65	10,29	16,59
Могилевская область	3,87	3,96	4,87	4,77	2,93	4,64
Всего по стране	8,86	9,86	11,70	13,87	6,48	9,61

Помимо гостиниц и аналогичных средств размещения Республика Беларусь обладает широким ассортиментом в сегменте индивидуальных средств размещения, санаторно-курортных учреждений и субъектов агроэкотуризма — все это дает возможность выбора при поиске размещения в том или ином регионе страны. В 2021 г. в Республике Беларусь отмечался рост количества агроусадоб, их насчитывалось 3 150 субъектов агроэкотуризма (для сравнения: в 2016 г. — 2 279). Количество туристов, которые были обслужены субъектами агроэкотуризма с 2016 по 2021 г. увеличилось в 2,47 раза и составило 563,6 тыс. чел. (с превалярованием доли граждан Республики Беларусь). Указанная динамика обусловлена следующим: во-первых, стабилизацией нормативно-правовой базы, регулирующей экономические аспекты деятельности в сфере агроэкотуризма; во-вторых, улучшением финансовых условий ведения данного вида бизнеса в целях стимулирования прироста объемов услуг, оказываемых субъектами агроэкотуризма, а также обеспечения возможности развития инфраструктуры сельской местности, малых городских поселений, повышения занятости граждан.

Можно сделать вывод, что инфраструктурные туристические ресурсы в достаточной мере покрывают спрос на туристические услуги. Разнообразие

средств размещения позволяет в полной мере удовлетворить потребности различных категорий граждан.

Однако, на наш взгляд, широко распространенным классификациям все еще не достает немаловажного элемента — информации. К **третьей группе туристических ресурсов** необходимо отнести **информационные**. Именно благодаря большому количеству доступной информации о туристических объектах, умению прорекламировать туристический потенциал и сформировать привлекательный образ страны, возможно совершенствование туристической отрасли страны. Достоверная информация делает туризм доступным и безопасным для больших слоев населения.

Информирование о Беларуси как о туристическом регионе недостаточное. Стоит отметить государственные сайты Республики Беларусь и Президента страны, официальный портал Национального агентства по туризму, сайт Республиканского союза туристических организаций, на которых публикуется информация относительно сферы туризма, а также негосударственные интернет-порталы, такие как holiday.by, 34travel.me, traveling.by. Анализ данных о посещениях коммерческих интернет-порталов Республики Беларусь показал, что среднеемесячное количество посещений составляет: 34travel.me — 358,7 тыс. чел.; traveling.by — 111,2 тыс. чел.; tio.by — 50,7 тыс. чел. [8]. Несмотря на достаточно высокие показатели месячной посещаемости туристических сайтов за последние годы следует отметить, что показатели поддерживаются на данном уровне благодаря разнообразию информации, предоставляемой данными ресурсами.

Имеющаяся стратегия развития информационного туристического ресурса не позволяет в полной мере получить все преимущества от развития информационного ресурса. Стимулирование развития информационного ресурса позволит:

создавать востребованные на внутреннем рынке туристические продукты с учетом различных категорий граждан и их покупательной способности;

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

популяризировать путешествия внутри страны за счет увеличения осведомленности об имеющемся туристическом потенциале Республики Беларусь.

На основе проведенного анализа нами были выявлены основные точки роста и развития туристических ресурсов. Так, для привлечения отечественных туристов мы предлагаем разработать туристический продукт с использованием культурно-исторического потенциала водных объектов. Внедрение инновационных технологий в этой сфере может выражаться в использовании современных плавсредств с полным комплексом услуг, что позволит снизить до минимума дискомфорт в связи с отсутствием прибрежной инфраструктуры и увидеть водные объекты и окружающие ландшафты в относительно нетронутом состоянии. В то же время водные путешествия исторической тематики по древним водным торговым путям «из варяг в греки» и старинным гидротехническим сооружениям наиболее привлекательны при использовании реконструированных старинных судов. Программу путешествий можно дополнить посещением музея с экспозицией старинных лодок и макетов судов, рассказом о традициях их создания, местных мастерах. Этнографический колорит придаст знакомство с региональной кухней, приготовление рыбных блюд по традиционным рецептам. В качестве современных туристических анимаций могут быть использованы реконструкции исторических событий, восстановлены элементы традиционной культурной среды (прибрежная корчма, домик рыбака, бакенщика и др.), может быть предложено знакомство с традицион-



ными народными ремеслами и промыслами местного населения, обучение им, участие в мероприятиях фольклорно-этнографического характера.

Отдельные водные объекты Беларуси могут быть использованы для разработки трансграничных туристическо-экскурсионных маршрутов. После завершения реконструкции белорусского участка Августовского канала планируется организация «малого водного кольца»: Висла — Августовский канал — Неман, объединяющего Польшу, Беларусь и Литву. В перспективе может быть реализован проект «большого водного кольца»: Висла — Августовский канал — Неман — Щара — Огинский канал — Ясельда — Пина — Днепро-Бугский канал — Мухавец — Западный Буг (данная идея возможна к реализации при условии налаживания международных отношений со странами-соседями).

Кроме того, в качестве инструментария для стимулирования спроса на внутренний туризм мы предлагаем разработать мобильное приложение, включающее в себя главные туристические маршруты, достопримечательности, экотропы, объекты размещения, общественного питания и т.д. Разработка данного туристического приложения позволит неорганизованным внутренним туристам упростить планирование своего путешествия.

Целевой аудиторией данного приложения являются молодые люди в возрасте от 20 до 35 лет, поскольку именно у этого контингента есть потребность в краткосрочных турах и самостоятельном путешествии без привязки к экскурсионной группе. Разработка данного приложения станет отличной возможностью удовлетворить эту потребность. Данное приложение сможет объединить в себе возможности планирования маршрута, бронирование проживания, заказа услуг гида, а также позволит познакомиться поближе с историей и культурой нашей страны благодаря квестам и концепции геокешинга.

В качестве основных источников дохода от данного приложения будут:

комиссия от размещения объявлений об аренде индивидуальных средств размещения;

оплата за премиум-размещение бизнеса в каталоге (рестораны, гостиницы);

подписка на расширенный пакет функций (включающий в себя уникальные предложения партнеров, дополнительные аудиогиды по туристическим маршрутам и т. д.).

В настоящее время на туристическом рынке до сих пор нет приложения, полностью охватывающего всю территорию Беларуси. Основными каналами распространения будет реклама в Интернете (реклама в поисковых системах Google и Яндекс, баннерная реклама, таргетирования реклама в социальных сетях), а также на туристическом портале Национального агентства по туризму. Также для привлечения внимания к данному приложению будет использована реклама у лидеров-мнений в социальных сетях Instagram, Facebook и TikTok. Установить данное приложение необходимо непосредственно в начале туристических маршрутов, экотроп и/или достопримечательностей, с помощью считывания QR-кода.

В дальнейшем возможно совершенствование данного приложения. Помимо полезных для пользователя функций данное приложение позволит произвести примерный подсчет количества внутренних неорганизованных туристов. Это будет возможно благодаря геокешингу. Геокэшинг — туристическая игра с применением спутниковых навигационных систем, состоящая в нахождении тайников, спрятанных другими участниками игры [9]. В некоторых вариантах игры тайник рекомендуется создавать только в местах, которые представляют природный, исторический, культурный, географический интерес, поэтому создание и поиск тайников превращается в активный познавательный процесс. Игроки получают множество любопытных сведений о достопримечательностях. Приветствуются тайники, где реализуется оригинальная и трудная поис-

ковая задача. Помимо традиционных встречаются также и пошаговые тайники. Для нахождения контейнера «геокешеру» необходимо выполнить задачу, поставленную автором тайника. Иногда эта задача заключается в ответах на вопросы, связанные с достопримечательностью, иногда требует от искателя применения навыков ориентирования на местности, а в некоторых случаях заставляет игрока показывать свою эрудицию.

Такого рода тайники могут быть использованы в качестве отправных точек маршрута. Например, когда турист приезжает в начало маршрута и считывает первый QR-код. После чего он получает приглашение для участия в квесте по маршруту дестинации, для выбора сложности необходимо указать количество человек, принимающих совместное с ним участие, и временной отрезок, который турист готов потратить на квест. За время прохождения квеста турист сможет познакомиться с историей дестинации и сформировать положительное впечатление о новом туристическом опыте. Такого рода задания позволяют привлечь туристов и простимулировать их последующие поездки. Кроме того, это отличная возможность увеличения аттрактивности мало популярных туристических объектов. В контексте рассмотренного предложения для активизации спроса на внутренний туризм туристическим компаниям необходимо систематизировать информацию о клиентах, формировать предложения в зависимости от специфики спроса, вырабатывать меры по удержанию клиентов, создавать омниканальные коммуникации как с потребителями туристических услуг, так и с другими туристическими субъектами [10, с. 514].

В заключение отметим, что точка бифуркации, в которой находится туризм в глобальном масштабе, уже сейчас предполагает, что туристический сектор не будет прежним. В связи с этим необходимо пересмотреть структуру туристического предложения в пользу развития внутреннего рекреационного туризма для удовлетворения изменившихся потребностей жителей определенных территорий, направленных на разработку экономически эффективной модели устойчивого развития туристических территорий. Разработка и применение новых методологических подходов позволит активно оценивать туристический потенциал местных территорий, учитывая рекреационные потребности населения и приоритеты развития туризма. Результаты оценки потенциальных элементов позволяют эффективно использовать имеющиеся природные рекреационные ресурсы для удовлетворения постоянно меняющихся разнообразных потребностей туристов, выбирающих отдых на своей территории.

### Литература и электронные публикации в Интернете

1. Туризм и туристические ресурсы в Республике Беларусь [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <https://www.belstat.gov.by/ofitsialnaya-statistika/turizm/statisticheskie-izdaniya/>. — Дата доступа: 23.11.2021.
2. Глоссарий ЮНВТО [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <https://www.unwto.org/glossary-tourism-terms>. — Дата доступа: 01.12.2021.
3. Дзяржаўны спіс гісторыка-культурных каштоўнасцей Рэспублікі Беларусь [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <http://gospisok.gov.by/>. — Дата доступа: 02.04.2022.
4. Особо охраняемые природные территории [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <https://nca.by/>. — Дата доступа: 02.04.2022.
5. Природные ресурсы. Водные ресурсы [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <https://priroda.belnauka.by/>. — Дата доступа: 02.04.2022.
6. Людвиг, Л. П. Развитие регионального туризма на основе стратегии управления туристскими ресурсами : автореф. дис. ... канд. экон. наук : 08.00.05 / Л. П. Людвиг. — Иркутск, 2006. — 39 с.

---

*Ljudvig, L. P.* Razvitie regional'nogo turizma na osnove strategii upravlenija turistskimi resursami [Development of regional tourism based on the strategy of tourism resources management] : avtoref. dis. ... kand. jekon. nauk : 08.00.05 / L. P. Ljudvig. — Irkutsk, 2006. — 39 p.

7. *Becken, S.* The carbon footprint of domestic tourism: науч. отчет / S. Becken. — Lincoln University, 2009. — 41 с.

8. Анализ веб-сайтов [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <https://www.similarweb.com/ru/>. — Дата доступа: 17.04.2022.

9. Геокешинг [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <https://ru.wikipedia.org/wiki/Геокэшинг/>. — Дата доступа: 25.04.2021.

10. *Шутилина, Н. В.* Клиентинг как инструмент повышения потребительской ценности санаторно-курортных и оздоровительных услуг / Н. В. Шутилина // Науч. тр. Белорус. гос. экон. ун-та. — Минск, 2021. — Вып. 14. — С. 509–515.

*Shutilina, N. V.* Klienting kak instrument povysheniya potrebitel'skoj cennosti sanatorno-kurortnyh i ozdorovitel'nyh uslug [Clienting as a tool to increase the consumer value of sanatorium and health-improving services] / N. V. Shutilina // Nauch. tr. Belarus. gos. jekon. un-ta. — Minsk, 2021. — Вып. 14. — P. 509–515.

---

**AKSANA YEZHEL,  
ALINA LIASHKOVA**

---

***TOURIST RESOURCES AS  
A DETERMINANT OF SUSTAINABLE  
DEVELOPMENT OF TOURISM  
IN THE REPUBLIC OF BELARUS***

---

**Authors affiliation.** *Aksana YEZHEL* (oejel@bseu.by), *Belarus State Economic University (Minsk, Belarus)*; *Alina LIASHKOVA* (linaliashkova@gmail.com), *Belarus State Economic University (Minsk, Belarus)*.

**Abstract.** The article analyzes tourist resources and the domestic tourism market of the Republic of Belarus, in order to develop tools and measures to stimulate demand. The concepts of a tourist resource and a tourist object are studied, their types and modifications are considered; the author's classification of tourist resources is proposed. The features of the sustainable development of tourism are revealed; the experience of other states is analyzed; approaches to solving problems related to the use of tourism resources and ways to increase demand for domestic tourism are proposed.

**Keywords:** tourist resources; tourist object; tourist region; domestic tourism; sustainable development; geocaching; glamping.

UDC 338.48

---

*Статья поступила  
в редакцию 23. 06. 2022 г.*