

УДК 338. 48-44 (476-88) : 303. 425. 6 (476)

DOI 10.63874/2218-0273-2025-1-113-121

Николай Николаевич Сухотский*канд. социол. наук, доц., зам. директора по научной и инновационной работе
Института социологии Национальной академии наук Беларуси***Nikolai Sukhotsky***Candidate of Sociological Sciences, Associate Professor,
Deputy Director for Scientific and Innovative Work
of Institute of Sociology of the National Academy of Sciences of Belarus
e-mail: suhotskiy@socio.bas-net.by*

ДИНАМИКА ПРЕДПОЧТЕНИЙ НАСЕЛЕНИЯ БЕЛАРУСИ В СФЕРЕ ВНУТРЕННЕГО ТУРИЗМА: СОЦИОЛОГИЧЕСКИЙ АНАЛИЗ

Анализируются результаты социологических исследований предпочтений населения Беларуси в сфере внутреннего туризма. Проведенные исследования позволяют через призму мониторинга общественного мнения охарактеризовать состояние и особенности развития сферы внутреннего туризма в стране, определить наиболее перспективные его направления, основные проблемы и точки роста.

Ключевые слова: *опросы, Беларусь, внутренний туризм, туристический потенциал, предпочтения, государственная политика в сфере туризма, тренды развития туризма.*

Dynamics of Preferences of the Population of Belarus in the Sphere of Domestic Tourism: Sociological Analysis

The article analyzes the results of sociological studies of the preferences of the population of Belarus in the sphere of domestic tourism. The conducted studies allow us to characterize the state and features of the development of the domestic tourism sphere in the country through the prism of public opinion, to determine its most promising areas, main problems and growth points.

Key words: *surveys, Belarus, domestic tourism, tourism potential, preferences, state policy in the field of tourism, tourism development trends.*

Введение

Сегодня туристическая сфера играет важную роль в социально-экономическом развитии Республики Беларусь, что признается не только ведущими экспертами индустрии, но и на самом высоком государственном уровне. Впервые в новейшей истории страны туризм назван национальным проектом будущей пятилетки: соответствующее решение в 2025 г. принял Глава белорусского государства. На церемонии вступления в должность вновь избранного Президента Республики Беларусь А. Г. Лукашенко отметил, что туризм по значимости и экономическому потенциалу не уступает, например, машиностроению [1].

Позитивным результатом проводимой в последние годы государственной политики в сфере туризма стало то, что население Беларуси признает туризм привлекательным и востребованным. Это подтверждается заметной активизацией внутреннего туризма и максимально высокой готовностью белорусов к рекреации в пределах страны, что является ключевым трендом за

последние три года социологических наблюдений. Сложившаяся в сфере туризма позитивная ситуация способствует повышению качества жизни населения, сохранению культурного наследия, эффективному развитию регионов, укреплению национально-культурной идентичности.

Современные тенденции показывают, что все большее число белорусов выбирают отдых внутри страны, что связано как с внешними факторами, так и с инициативами государства, направленными на улучшение туристической инфраструктуры. Основной платформой для поддержки внутреннего туризма в последние годы являлась государственная программа «Беларусь гостеприимная» на 2021–2025 гг., которая предполагает создание новых туристических маршрутов, концептуальных «точек притяжения» для туристов, поддержку предпринимательства в этой сфере, популяризацию местных достопримечательностей.

Согласно данным Национального статистического комитета Республики Беларусь, внутренний туризм демонстрирует

стабильный рост. В 2023 г. общее количество поездок внутри страны составило 19,84 млн (на 15,6 % больше, чем в 2022 г.). Организованные туры, включающие культурные экскурсии, поездки в агроусадьбы и оздоровительные центры, охватили более 1,75 млн человек, порядка 92 % пришлось на однодневные поездки и экскурсии (для сравнения: в 2019 г. численность организованных туристов в стране составила 1,1 млн человек [2]).

Эмпирической базой исследования стали результаты республиканских опросов, проведенных Институтом социологии Национальной академии наук Беларуси во всех областных центрах Республики Беларусь и г. Минске, отдельных районных городах и сельских населенных пунктах в марте – апреле 2021, марте – апреле 2022, мае – июне 2023, апреле – июле 2024 г. среди населения в возрасте от 18 лет и старше. Объем выборочных совокупностей составил: 1051 респондент в 2021 г. (ошибка выборки – ± 3 %); 1000 респондентов в 2022 г. (ошибка выборки – $\pm 3,1$ %); 900 респондентов в 2023 г. (ошибка выборки – $\pm 3,3$ %); 900 респондентов в 2024 г. (ошибка выборки – $\pm 3,3$ %).

Метод исследования – телефонный опрос на основе компьютеризированной системы CATI ASSO, которая позволяет осуществлять отбор респондентов в любом регионе страны, проводить тщательный контроль за ходом исследования, проверять результативность любого звонка.

Тип выборочной совокупности – многоступенчатая случайная стратифицированная выборка.

Тенденции развития внутреннего туризма в Беларуси

Развитие внутреннего туризма в Беларуси тесно связано с государственной поддержкой, направленной на улучшение инфраструктуры, продвижение туристических маршрутов и создание благоприятных условий для отдыхающих. В рамках государственных программ и инициатив реализуются проекты, направленные на повышение привлекательности внутренних туристических направлений, а также более интенсивное вовлечение граждан в активную туристическую деятельность. Именно внутренний туризм дает возможность снизить

остроту социальных вопросов, сокращает неравенство между принимающей стороной и туристом, способствует развитию местных мелких предпринимателей, сохраняет аутентичные особенности региона и увеличивает уровень информированности населения о туристических дестинациях своей страны [3, с. 106].

По данным опросов, проведенных Институтом социологии НАН Беларуси в 2021–2024 гг., большинство белорусов считают отдых и путешествия важной частью своей жизни: от 87,7 % в 2021 до 71,9 % в 2024 г. Отрицательный же ответ дают от 9,5 % (2021 г.) до 25,3 % респондентов (2024 г.). Зафиксированный социологами высокий уровень актуальности отдыха в постпандемийный год и тенденция постепенного снижения значимости путешествий для граждан во многом являются отголосками сложной эпидемиологической ситуации, а также закрытостью границ ряда зарубежных стран в период 2020–2021 гг.

Анализируя ответы на вопрос «Как Вы предпочитаете отдыхать?», можно сделать вывод, что для существенной части респондентов на протяжении всего периода наблюдений наиболее приоритетными видами рекреации являются отдых на природе (42,6 %), на даче (35,9 %), рыбалка, охота, собирание грибов и ягод (32,1 %). Актуальными направлениями также являются посещение исторических памятников (29,9 %), отдых на пляже (26,7 %), посещение природных достопримечательностей (24,1 %), храмов, монастырей и других религиозных мест (22,3 %), культурных и спортивных мероприятий (17,9 %), активный (спортивный) отдых (15,2 %). Наименее популярен экстремальный отдых (прыжки с парашютом, роупджампинг, джип-туры и др.); его отметили 7,4 % ответивших.

В числе тенденций за период наблюдений наиболее значимой является снижение числа респондентов (с 56,5 до 42,6 %), выбирающих отдых на природе в целом. Следует также отметить стабильный интерес населения страны к посещению исторических памятников (32 % в 2021 г., 29,9 % в 2024 г.), храмов, монастырей и других религиозных мест (24,4 % в 2021 г., 22,3 % в

2024 г.), культурных и спортивных мероприятий (16,8 % в 2021 г., 17,9 % в 2024 г.).

В отношении планирования населением формата своего отдыха следует выделить такую тенденцию: граждане становятся сегодня намного более информированными и искушенными. Эксперты фиксируют, что современные туристы сокращают сроки своих путешествий, при этом сохраняя нацеленность на получение от отдыха новых эмоций и впечатлений. Социологи отмечают: в туристических поездках становятся значимыми обучение, экологизация сознания, максимальная диверсификация и дифференциация предложения [4, с. 148]. В результате формируется новый тип отдыхающего или путешественника. Большинство белорусов ищут уникальный туристический опыт и в этой связи готовы инвестировать в самостоятельную организацию своего отдыха. Социологические исследования подтверждают устойчивость таких установок среди граждан: 65,5 % респондентов (в 2021 г. – 67,6 %) предпочитают самостоятельно организовывать свой туристический отдых. В частности, фиксируется некоторое снижение числа опрошенных, которые планируют свою рекреацию с помощью туроператоров и агентства (с 26,6 до 22,6 %), что потенциально повышает конкуренцию между различными провайдерами туристических услуг. При этом 11,9 % не выбрали ничего из предложенных социологами вариантов, что может свидетельствовать как о делегировании организации отдыха другим лицам (друзьям, родственникам), так и об отсутствии туристического отдыха вовсе [5]. Поэтому стабильно высокий процент «самостоятельных отдыхающих или путешественников» может стимулировать развитие предпринимательской инициативы в сфере гостеприимства.

Основным источником информации о туристических объектах и маршрутах Беларуси для участников опроса выступают интернет-сайты (60,9 %). Востребованными также являются личные контакты (28,8 %), телевидение (24,4 %) и социальные сети (17,6 %). Наименее популярны у респондентов газеты и журналы (8 %), телеграм-каналы, мессенджеры (7,3 %) и радио (5,2 %). При этом 6,4 % опрошенных не интересуются данной информацией вовсе.

Среди существенных тенденций следует отметить некоторое снижение значимости такого источника информации, как интернет-сайты (с 65,8 % в 2021 г. до 60,9 % в 2024 г.) и личные контакты (коллеги, знакомые, родственники и др.): с 34,9 % в 2021 г. до 28,8 % в 2024 г.

В любые времена важный вопрос для каждого путешественника – место его проживания или ночлега в период поездки. Наиболее популярными ответами являются «Жить у родственников, знакомых, друзей» или «Жить в гостинице, отеле» (по 29,5 %). Также возможными вариантами для проживания респонденты называют арендованную квартиру или дом (17,5 %), кемпинг (15 %), санаторий (13,2 %). Заметной тенденцией в общественном мнении белорусов является постепенное снижение выбора в качестве варианта для проживания арендной квартиры или дома (с 24,2 % в 2021 г. до 17,5 % в 2024 г.) и хостела (с 7,9 % в 2021 г. до 3,4 % в 2024 г.). Также следует отметить резкий спад популярности туристических баз (17,9 % в 2022 г., 7 % в 2024 г.). При этом стабильные показатели на протяжении всего периода наблюдений имеют кемпинги (12 % в 2021 г., 15 % в 2024 г.) и санатории (13,7 % в 2021 г., 15 % в 2024 г.).

Отвечая на вопрос «С кем Вы предпочитаете путешествовать?», подавляющее большинство респондентов (70,2 % в 2021 г., 76,9 % в 2024 г.) делают выбор в пользу своей семьи. С другом/друзьями в 2024 г. предпочитали отдыхать 28,8 % опрошенных. В одиночку нравится путешествовать 9,9 % респондентов, с коллегами по работе или учебе – 5,8 %.

В отношении частоты путешествий по Беларуси ситуация следующая: 27,1 % делают это несколько раз в год, 23,9 % – ежегодно, 20,6 % – реже раза в год, 28,4 % вообще не путешествуют по стране. Фиксируется при этом заметное снижение доли тех респондентов, кто путешествует реже раза в год (с 31,9 до 20,6 %), и рост числа тех, кто не путешествует в принципе (с 16,3 до 28,4 %).

Подавляющее большинство опрошенных (84,3 %) в 2024 г. не планировали во время своего отпуска или в выходных дней выезд за границу. О намерении сделать это высказалось значительно меньшее число респондентов – лишь 13 %. При этом в от-

ношении отдыха на территории родной страны население настроено максимально позитивно: абсолютное большинство опрошенных (92,6 %) рассматривают Беларусь в качестве места для своего отдыха, однако есть и те (5,5 %), кто имеет противоположное мнение.

Туристские предпочтения белорусов

Согласно результатам социологических исследований, для более чем половины опрошенных (53,3 %) из числа тех, кто практикует путешествия по Беларуси, привлекательным является посещение исторических и культурных мест, достопримечательностей, музеев и памятников культуры. Также участники опроса отдают предпочтение визитам на малую Родину (39,1 %) и поездкам к таким природным объектам, как заповедники, леса, озера (38,7 %). Каждый пятый (в среднем по 19,7 %) путешествует с целью посещения мероприятий, фестивалей, выставок и лечения/оздоровления. Туристические или паломнические поездки к религиозным святыням выбирают 15 % ответивших, рабочие командировки отмечают 9,2 % [5]. Из наиболее существенных тенденций следует отметить существенный рост в 2024 г. доли тех, кто предпочитает посещение исторических, культурных мест (с 41,6 % в 2021 г. до 53,3 % в 2024 г.). По остальным направлениям фиксируется относительно стабильная ситуация.

Респонденты, практикующие путешествия по Беларуси, активно интересуются различными культурно-массовыми мероприятиями. Больше всего туристов привлекают фестивали музыки и музыкальные конкурсы (41,1 %), практически не уступают им по популярности исторические мероприятия, реконструкции (39 %) и национальные праздники (37,2 %). Также у участников опроса оказалось востребованным посещение ярмарок (32,2 %) и спортивных мероприятий (28,3 %). Социологические замеры указывают на повышение интереса к практически всем видам мероприятий, кроме ярмарок. Наибольшая динамика отмечается в отношении национальных праздников (26 % в 2023 г., 37,2 % в 2024 г.).

Социологические исследования туристических предпочтений респондентов позволили составить рейтинги наиболее популярных населенных пунктов (объектов)

страны, по мнению граждан, которые путешествуют по Беларуси. В частности, топ-5 городов, которые участники опроса посетили во время последнего путешествия («совершенные путешествия»), выглядит следующим образом: Минск (20,6 %), Брест (19,5 %), Гродно (15,3 %), Витебск (8,6 %), Мир (8,2 %). На протяжении периода наблюдений фиксируется поступательный рост популярности Гродно и Мира, а также стабильные оценки столицы и Витебска.

В 2024 г. респонденты из числа путешествующих жителей страны, отметили, что планировали в течение года посетить Брест (9,2 %), Витебск (8,2 %), Минск (7,1 %), Гродно (6,7 %), Гомель (3,5 %). Следует отметить, что в данном топ-5 («планируемые путешествия») только Витебск демонстрирует небольшой, но устойчивый рост интереса со стороны респондентов-путешественников (3,6 % в 2021 г., 4,6 % в 2022 г., 6,5 % в 2023 г., 8,2 % в 2024 г.).

Несколько по-иному выглядит рейтинг топ-5 мест в Беларуси, которые респонденты порекомендовали бы для посещения своим друзьям, родственникам, коллегам («рекомендованные путешествия»): Гродно (11,5 %), Несвиж (11,4 %), Брест (11,1 %), Брестская крепость (10,1 %), Мир (9,6 %).

Из наиболее популярных в стране туристических объектов (топ-3), которые могут считаться визитной карточкой Беларуси, последовательность такая: Мирский замок (16,8 %), Брестская крепость (13,8 %), Несвижский замок (12 %).

Участники опроса, проведенного Институтом социологии НАН Беларуси, достаточно высоко оценивают привлекательность национального внутреннего туризма, а по отдельным аспектам отмечается позитивная динамика [5]. Так, средняя оценка привлекательности достопримечательностей и туристических маршрутов (музеев, памятников архитектуры) составляет 4,47 балла из пяти возможных (при этом отмечается позитивная динамика за период наблюдений с 2021 по 2024 г.).

Качество спортивно-оздоровительного сервиса, включающего качество оказания услуг в санаториях, спортивных комплексах, оценивается в 4,45 балла (отмечается стабильность в оценках за период наблюдений). Объектами проживания (гостиницами,

хостелами) опрошенные удовлетворены в среднем на 4,23 балла (отмечается стабильность в оценках за период наблюдений). Качество информации о туристических услугах и маршрутах оценивается респондентами в 4,18 балла (отмечается позитивная динамика за период наблюдений). Средняя оценка уровня развития точек общественного питания (кафе, закусочных, ресторанов) составила 4,15 балла (отмечается позитивная динамика за период наблюдений). Несколько ниже оценена развитость транспортной инфраструктуры (дорожной сети) объектов проживания – в среднем в 4,08 балла (отмечается позитивная динамика за период наблюдений).

Перспективные направления внутреннего туризма

Развитие внутреннего туризма в Беларуси демонстрирует значительный потенциал по нескольким ключевым направлениям. Они не только соответствуют современным предпочтениям населения, но и обеспечивают устойчивое развитие регионов, создавая новые рабочие места и привлекая инвестиции.

1. Лечебно-оздоровительный туризм.

Этот вид туризма по-прежнему остается одним из самых востребованных направлений среди белорусов. Половина опрошенных в 2024 г. в рамках исследования Института социологии НАН Беларуси (51,5 %) предпочитают проводить отдых в санаториях и профилакториях, что связано с качеством услуг и доступностью цен. Беларусь обладает уникальными природными ресурсами, включая минеральные воды и лечебные грязи, которые активно используются в медицинских центрах. Перспективными в развитии данного направления являются расширение сети санаториев и модернизация существующих; введение комплексных программ оздоровления, сочетающих лечение и культурный отдых; привлечение туристов из соседних стран, в первую очередь из Российской Федерации, благодаря конкурентным ценам и высокому качеству оказываемых услуг.

2. Агроэкотуризм. Опрос показал, что 29,3 % респондентов выбрали этот вид в качестве перспективного для республики. Популярность данного относительно нового для белорусов вида отдыха во многом обусловлена стремительным ростом urba-

низации (на сегодняшний день 56 % населения мира проживает в городах, в Беларуси данный показатель достигает 75 %) [6]. Отечественные исследователи К. В. Гороховик и Т. В. Зглюй отмечают: «Агроэкотуризм играет важную роль в обеспечении устойчивого развития страны, объединяя экономические, экологические и социальные аспекты. Данный вид отдыха привлекает иностранных туристов, обеспечивает поддержку местных производителей, способствует созданию рабочих мест и развитию инфраструктуры в сельской местности, одновременно с этим сохраняя культурные и природные ресурсы» [7]. В Беларуси действуют более 2500 агроусадоб, предлагающих разнообразные услуги от дегустации местной кухни до экскурсий в национальные парки. Перспективами развития агроэкотуризма являются создание сетей агроусадоб с единой системой бронирования; подготовка программ для семейного отдыха, включающих образовательные туры, воркшопы; укрепление связей с местными производителями для популяризации локальных продуктов и брендов.

3. Культурно-образовательный туризм. Этот вид туризма в качестве перспективного назвали четверть респондентов (26,5 %). Беларусь славится своим уникальным историко-культурным наследием (замками, музеями и мемориальными комплексами). В список Всемирного культурного наследия ЮНЕСКО внесены такие известные объекты, как Беловежская пушча, Мирский замок, Несвижский замок, Геодезическая дуга Струве. Перспективами развития этого вида туризма представляются такие действия, как внедрение мультимедийных технологий в экскурсионные программы; организация фестивалей и тематических мероприятий для привлечения туристов; активизация сотрудничества с государственными учреждениями образования для создания уникальных туров для различных категорий обучающихся.

4. Военно-исторический туризм. Этот вид туризма указали 25,7 % респондентов. Беларусь обладает значительным военно-историческим наследием. Места, связанные с Великой Отечественной войной, ежегодно привлекают тысячи туристов. Особенно популярными остаются мемориальные комплексы «Брестская крепость», «Хатынь»,

историко-культурный комплекс «Линия Сталина» и ряд других объектов. В стране насчитывается около 9 тыс. памятников и захоронений времен Великой Отечественной войны. В качестве перспективных направлений развития военно-исторического туризма выступают разработка новых маршрутов, связанных с малоизвестными историческими объектами; организация реконструкций и военно-исторических фестивалей; повышение информированности туристов через цифровые приложения и онлайн-платформы.

5. Активный (спортивный) туризм.

Этот вид туризма отметили 23,8 % респондентов. Для значительной части любителей активного отдыха Беларусь является привлекательной страной, в первую очередь за счет развитой спортивной инфраструктуры. В республике функционирует более 23 тыс. современных физкультурно-спортивных сооружений. Каждый областной центр имеет Дворец спорта, крытую ледовую площадку, стадионы, физкультурно-оздоровительные комплексы, бассейны. Ежегодно проводится более 20 тыс. спортивно-массовых мероприятий, постоянно растет число их участников, в т. ч. иностранных. Дальнейшее совершенствование спортивного туризма видится в популяризации событийного, спортивно-оздоровительного, детского и юношеского туризма, а также более эффективное развитие спортивного сегмента делового туризма. Пешие и велосипедные прогулки по уникальным белорусским природным ландшафтам, сплавы по рекам могут в перспективе стать популярными видами семейного отдыха. Активный (спортивный) туризм в регионах Беларуси потенциально может выступать катализатором их социально-экономического развития с формирования здоровьесберегающей среды, здорового образа жизни и экологически ответственного поведения местного населения.

В отношении других видов внутреннего туризма Беларуси ситуация в целом устойчивая. При этом несколько ниже, чем названные выше направления, опрошенные жители страны оценивают перспективы пляжного туризма с проживанием в кемпингах и рыбалкой (17 %), событийного туризма, связанного с посещением фестивалей, концертов, ярмарок и спортивных мероприятий, (15,3 %), а также религиозно-

го туризма, включающего в себя выезд к святыням и местам паломничества (13,2 %).

В качестве одного из активно развивающихся современных видов туризма особо следует выделить промышленный туризм (отметили 9,6 % респондентов). Посещение заводов, фабрик и других промышленных объектов стало новым форматом отдыха среди как белорусских, так и иностранных туристов. Один из ключевых трендов туристического сезона 2025 г. – рост не только коллективных, но и сборных групп для посещения предприятий страны. Результаты опроса, проведенного Институтом социологии НАН Беларуси в 2024 г., свидетельствуют о высоком потенциале данного направления при условии грамотного маркетинга и улучшения инфраструктуры [8]. Эксперты туристической индустрии прогнозируют активное развитие в ближайшие годы данного сегмента туристской отрасли. Так, по мнению аналитика БИСИ И. Русак, «сегодня промышленный туризм превращается в один из действенных инструментов по выводу предприятий на новые рынки, получению идей для его стратегического развития, экскурсионной индустриализации страны» [9]. Основными направлениями его развития в Беларуси являются создание центров промышленного туризма на базе крупных предприятий; разработка эксклюзивных тематических маршрутов по предприятиям, включая интерактивные экскурсии; использование заброшенных промышленных объектов для организации культурных и деловых мероприятий; поддержка стартапов, связанных с технологическими экскурсиями.

Молодежный туризм как часть внутреннего туризма

Для нынешнего поколения белорусов свойственна открытость миру, установка на мобильность и получение новых впечатлений. Современные юноши и девушки легки на подъем, готовы посещать массовые мероприятия, культурные объекты и достопримечательности, труднодоступные, необычные места. Молодые люди в своем большинстве считают путешествия важной частью своей жизни, в т. ч. по территории родной страны.

Сегодня в Беларуси имеются все ресурсы для более динамичного развития внутреннего молодежного туризма. Социо-

логические исследования показывают, что наиболее перспективными с точки зрения молодого поколения видами внутреннего туризма являются активный/спортивный, культурно-образовательный и военно-исторический. Понимание запросов юношей и девушек, в частности учета выраженного интереса к активному, а порой и экстремальному отдыху, поможет найти подходы к разработке туристических маршрутов культурно-познавательного и спортивного характера, позволяющих повысить интерес молодого поколения к познанию родного края. Проведенные в Республике Беларусь в августе 2023 г. II Игры стран СНГ помимо зрелищной составляющей позволили расширить представления молодежи о нашей стране: концепция Игр предусматривала проведение спортивных мероприятий в 11 городах [10].

Средствами туризма могут решаться многочисленные задачи, стоящие перед государственной молодежной политикой и связанные с развитием человеческого капитала молодого поколения как стратегического ресурса страны. При этом целесообразно активизировать работу по повышению информированности молодежи поколения о туристическом потенциале регионов. Это является одним из ключевых факторов преодоления скепсиса, сохраняющегося у части молодых людей в отношении путешествий по республике. По этой причине множество уникальных памятников природы, архитектуры, военной истории просто не попадают в поле зрения молодежной аудитории. В этой связи актуальной является информационно-просветительская работа по популяризации регионов Беларуси, их особенностей и достопримечательностей (через учреждения образования, социальные сети, специальные мероприятия, тематические проекты и т. д.). Следует формировать у молодых граждан осознанную мотивацию к совершению путешествий по стране, разрабатывать новые туристические маршруты с учетом патриотической составляющей с включением в них знаковых для каждого белоруса мест.

Перспективы развития внутреннего туризма

По мнению подавляющего большинства респондентов (71,4 %), за последние два-три года ситуация в сфере внутреннего туризма в Республике Беларусь улучши-

лась. Противоположной позиции придерживаются лишь 3,1 % опрошенных; об отсутствии изменений говорят 11,2 %; затруднились с ответом 14,3 %. В сравнении с 2023 г. оценки стали более позитивными: число респондентов, отмечающих положительные тенденции, выросло с 65,3 до 71,4 %. Вместе с тем среди причин, по которым часть граждан не рассматривают Беларусь как место для своего отдыха, называют следующее: высокая стоимость (проживание, услуги, передвижение и др.), низкое количество интересных и привлекательных мест для отдыха, недостаток информации о туристических объектах и маршрутах, низкое качество гостевого сервиса, а также отсутствие моря.

Несмотря на отдельные проблемные моменты (недостаточная развитость инфраструктуры, недостаточная информационная поддержка, дефицит креативных решений, низкая квалификация специалистов и др.), внутренний туризм в Беларуси обладает значительными перспективами. Для их реализации необходима интеграция инновационных решений, повышение качества услуг и активное продвижение туристического потенциала. Привлекательность республики как туристического направления остается недостаточной как для внутреннего, так и зарубежного рынка. Часть зарубежных туристов рассматривают страну лишь как транзитный пункт на пути в другие регионы, проявляют интерес к посещению только одного-двух известных туристических объектов.

Отвечая на вопрос: «Какие меры, по Вашему мнению, могут повысить туристическую привлекательность Беларуси?», респонденты отметили следующие: «реставрация и восстановление культурно-исторических памятников» (30,5 %); «организация праздников, фестивалей и тематических дней в регионах» (25,5 %); «увеличение числа информационных материалов (путеводители, брошюры и т. п.)» (25,3 %); «развитие инфраструктуры (кафе, гостиницы и т. д.)» (25,3 %); «развитие транспортного сообщения» (23,4 %); «расширение сети туристических и экскурсионных маршрутов» (23,4 %); «повышение качества предоставляемых услуг» (21,4 %); «наличие сувенирной продукции» (13,5 %).

Следует отметить некоторое снижение в сравнении с 2021 г. поддержки респонден-

тами таких мер, как «реставрация и восстановление культурно-исторических памятников» (с 37,9 до 30,5 %), «организация праздников, фестивалей и тематических дней в регионах» (с 30,8 до 25,5 %), «развитие инфраструктуры» (с 29,9 до 24,1 %). Стабильную поддержку респонденты выражают в отношении развития транспортного сообщения, расширения сети туристических и экскурсионных маршрутов, повышения качества предоставляемых услуг и наличия сувенирной продукции.

Как показали результаты мониторинговых социологических исследований Института социологии НАН Беларуси, основным направлением совершенствования сферы внутреннего туризма является увеличение бюджетных (экономически доступных) вариантов отдыха; так считают 42,7 % участников опроса.

Значимыми факторами развития внутреннего туризма респонденты также назвали активное продвижение информации в СМИ, улучшение качества обслуживания на существующих туристических объектах. Реже опрошенные жители страны указывали на необходимость увеличения количества самих туристических объектов (19,9 %) и развития туризма, ориентированного на использование местной, региональной специфики (17 %). Практически по всем позициям в сравнении с предыдущими годами наблюдается снижение показателей, что говорит об улучшении ситуации в сфере внутреннего туризма.

Заключение

Таким образом, жители Беларуси выражают неподдельный интерес к внутреннему туризму и предпочитают разнообразные формы отдыха на территории страны. В настоящее время туризм не просто является досуговой или рекреационной деятельностью, а стал стилем жизни значительной части населения, стремящегося к саморазвитию, постижению национальной культуры и гражданско-патриотических ценностей.

Внутренний туризм в Беларуси демонстрирует высокий потенциал, поддерживает государственными инициативами, фиксируемым ростом интереса со стороны населения и развитием новых направлений, таких как агроэкотуризм и промышленный туризм. Тем не менее для достижения максимального эффекта требуются дополнительные усилия по дальнейшему улучшению инфраструктуры, повышению качества услуг и усилению маркетинговых стратегий.

Для успешного преодоления всех имеющихся на данный момент в сфере внутреннего туризма барьеров необходимо целенаправленное взаимодействие государства, бизнеса и общества. Комплексный подход, объединяющий усилия указанных выше акторов, позволит решить существующие проблемы и обеспечить процесс совершенствования сферы внутреннего туризма и гостеприимства в Беларуси. Это, в свою очередь, будет способствовать устойчивому социально-экономическому развитию страны и регионов, укреплению национальной-культурной идентичности граждан и повышению качества жизни населения.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ

1. Основные тренды развития отечественного туризма в сезоне-2025 // СБ. Беларусь сегодня. – 2025. – 24 апр. – URL: <https://www.sb.by/articles/vse-dorogi-vedut-v-belarus-turizm-2025.html> (дата обращения: 15.03.2025).
2. Белорусский туризм по ряду показателей уже превзошел допандемийный уровень – Андрейчик // СБ. Беларусь сегодня. – 2024. – 27 сент. – URL: <https://www.sb.by/articles/-belorusskiy-turizm-po-ryadu-pokazateley-uzhe-prevzoshel-dopandemiyny-uroven-andreychik.html> (дата обращения: 20.03.2025).
3. Ежель, О. В. Туристические ресурсы как детерминанта устойчивого развития туризма в Республике Беларусь / О. В. Ежель, А. И. Ляшкова // Вестник Белорусского государственного экономического университета. – 2022. – № 5. – С. 105–115.
4. Литвякова, К. В. Промышленный туризм в Беларуси: опыт и перспективы развития / К. В. Литвякова // Социальное знание в современном обществе: проблемы, закономерности, перспективы : материалы III Междунар. науч.-практ. конф., Минск, 3–4 нояб. 2022 г. / редкол.:

Н. Л. Мысливец (гл. ред.) [и др.] ; Ин-т социологии НАН Беларуси. – Минск : Донарит, 2022. – С. 148–149.

5. Туристические предпочтения белорусов // Институт социологии НАН Беларуси. – 2024. – 01.08.2024. – URL: <https://socio.bas-net.by/turisticheskie-predpochteniya-belorusov> (дата обращения: 18.03.2025).

6. Список стран по уровню урбанизации. – URL: <https://nonews.co/directory/lists/countries/-urban-population> (дата обращения: 19.20.2024).

7. Агротуризм: новые вызовы – новые решения : материалы XV Междунар. науч.-практ. конф., Минск, 15 нояб. 2024 г. / Белорус. гос. ун-т ; редкол.: Л. М. Гайдукевич (гл. ред.) [и др.]. – Минск : БГУ, 2025. – 1 CD-ROM.

8. Перспективы белорусского промышленного туризма: социологическое прогнозирование // Институт социологии НАН Беларуси. – 2024. – 26.08.2024. – URL: <https://socio.basnet.by/turisticheskie-predpochteniya-belorusov> (дата обращения: 15.03.2025).

9. Промышленный туризм в Беларуси как бренд и стратегия // Белорусский институт стратегических исследований. – 2024. – март. – URL: <https://socio.bisr.by/promyshlennyj-turizm-v-belarusi-kak-brend-i-strategija> (дата обращения: 15.03.2025).

10. Белорусский туризм: тенденции и перспективы // Белорусский институт стратегических исследований. – 2023. – июль. – URL: <https://socio.bisr.by/beloruskij-turizm-tendencii-i-perspektivy> (дата обращения: 19.02.2025).

REFERENCES

1. Osnovnyje trendy razvitija otiechiestviennogo turizma v siezonie-2025 // SB. Bielarus' siegodnia. – 2025. – 24 apr. – URL: <https://www.sb.by/articles/vse-dorogi-vedut-v-belarus-turizm-2025.html> (data obrashchienia: 15.03.2025).

2. Bieloruskij turizm po riadu pokazatieliej uzhe prievzoshel dopandemijnyj urovien' – Andriejchik // SB. Bielarus' siegodnia. – 2024. – 27 sient. – URL: <https://www.sb.by/articles/beloruskij-turizm-po-ryadu-pokazateley-uzhe-prevzoshel-dopandemiynyy-uroven-andreychik.html> (data obrashchienia: 20.03.2025).

3. Jezhel, O. V. Turistichieskije riesursy kak determinanta ustojchivogo razvitija turizma v Ries-publikie Bielarus' / O. V. Jezhel', A. I. Liashkova // Viestnik Bieloruskogo gosudarstviennogo ekonomichieskogo univiersiteta. – 2022. – № 5. – S. 105–115.

4. Litviakova, K. V. Promyshliennyj turizm v Bielarusi: opyt i pierspiektivy razvitija / K. V. Litviakova // Social'noje znanije v sovriemiennom obshchiestvie: problemi, zakonomiernosti, pierspiektivy : matierialy III Miezhhdunar. nauch.-prakt. konf., Minsk, 3–4 nojab. 2022 g. / riedkol.: N. L. Mysliviec (gl. ried.) [i dr.] ; In-t sociologii NAN Bielarusi. – Minsk : Donarit, 2022. – S. 148–149.

5. Turistichieskije priedpochtienija belorusov // Institut sociologii NAN Bielarusi. – 2024. – 01.08.2024. – URL: <https://socio.bas-net.by/turisticheskie-predpochteniya-belorusov> (data obrashchienia: 18.03.2025).

6. Spisok stran po urovniu urbanizacii. – URL: <https://nonews.co/directory/lists/countries/urban-population> (data obrashchienia: 05.02.2025).

7. Agroekoturizm: novyje vyzovy – novyje rieshenija : matierialy XV Miezhhdunar. nauch.-prakt. konf., Minsk, 15 nojab. 2024 g. / Bielorus. gos. un-t ; riedkol.: L. M. Gajdukievich (gl. ried.) [i dr.]. – Minsk : BGU, 2025. – 1 CD-ROM.

8. Pierspiektivy bieloruskogo promyshliennogo turizma: sociologichieskoje prognozirovanije // Institut sociologii NAN Bielarusi. – 2024. – 26.08.2024. – URL: <https://socio.basnet.by/turisticheskie-predpochteniya-belorusov> (data obrashchienia: 15.03.2025).

9. Promyshliennyj turizm v Bielarusi kak brend i stratigija // Bieloruskij institut stratigichieskikh issliedovaniy. – 2024. – mart. – URL: <https://socio.bisr.by/promyshlennyj-turizm-v-belarusi-kak-brend-i-strategija> (data obrashchienia: 15.03.2025).

10. Bieloruskij turizm: tendencii i pierspiektivy // Bieloruskij institut stratigichieskikh issliedovaniy. – 2023. – ijul'. – URL: <https://socio.bisr.by/beloruskij-turizm-tendencii-i-perspektivy> (data obrashchienia: 19.02.2025).