

Министерство образования Республики Беларусь

Учреждение образования
«Брестский государственный университет имени А.С. Пушкина»

Факультет физического воспитания и туризма
Кафедра туризма и страноведения

«ИНДУСТРИЯ ТУРИЗМА И ТУРИСТИЧЕСКИЕ РЕСУРСЫ»

Материалы
VI республиканской научно-практической конференции
молодых ученых

(Брест, 24 марта 2022 г.)

Брест, 2022

УДК 338.483.1(082)

ББК 65.433

И 60

Рецензенты:

Ректор государственного учреждения образования
«Брестский областной институт развития образования»,
кандидат исторических наук, доцент
А.В. Мощук

доцент кафедры географии и природопользования учреждения образования
«Брестский государственный университет имени А.С. Пушкина»,
кандидат географических наук, доцент
О.В. Токарчук

Редакционная коллегия:

кандидат географических наук, доцент С.А. Заруцкий,
кандидат исторических наук, доцент А.Д. Панько

Индустрия туризма и туристические ресурсы : сборник материалов
VI республиканской научно-практической конференции молодых ученых,
Брест, 24 марта 2022 г. / Брест. гос. ун-т им. А.С. Пушкина; редкол.:
С.А. Заруцкий, А.Д. Панько. – Брест : БрГУ, 2022. – 207 с. – Рус. – Деп. в ГУ
«БелИСА» 06.02.2023, № Д2002302.

В сборник включены материалы региональной научно-практической конференции
молодых ученых «Индустрия туризма и туристические ресурсы», проходившей 24 марта
2022 г. в г. Бресте. Работы посвящены различным аспектам деятельности индустрии
туризма и гостеприимства.

Материалы, включенные в сборник, могут быть использованы преподавателями,
магистрантами и студентами высших учебных заведений, специалистами в сфере туризма
и гостиничной индустрии.

УДК 338.483.1(082)

ББК 65.433

СОДЕРЖАНИЕ

РАЗДЕЛ 1. МЕЖДУНАРОДНЫЙ ТУРИЗМ И СТРАНОВЕДЕНИЕ

Бенедисюк И.Б. Виртуальный туризм и её роль в условиях пандемии..	7
Бриль В.В. Выход из пандемии COVID-19 для индустрии туризма.....	10
Войтович У.В. Гастрономический туризм в развитии международной туристической индустрии.....	13
Кишкурно Д.С. Особенности развития международного туризма в условиях пандемии COVID-19.....	16
Кузменчук А.В. Продуктовые рынки Европы как ключевой элемент гастрономического туризма.....	19
Ковязо Д.Ю. Мистический туризм как ресурс развития туристической привлекательности Республики Беларусь.....	21
Лукьянов В.И. Актуальные вопросы оказания первой помощи российским туристам в Республике Беларусь.....	24
Люкевич Л.А. Производственный туризм как направление туристической деятельности.....	27
Маслякова А.А. Туристско-рекреационные ресурсы Норвегии.....	30
Метла Д.В. Роль государства в развитии туризма в Республике Беларусь.....	33
Мазлумян Д.Л. Всемирный день туризма как индикатор развития международной туристической индустрии.....	36
Радзевич Д.В. Анализ туристского спроса населения РБ в условиях пандемии.....	39
Тололо Д.А. Проблемы и особенности развития молодёжного туризма в Республике Беларусь.....	42

РАЗДЕЛ 2. РЕГИОНАЛЬНЫЙ ТУРИЗМ И РЕКРЕАЦИЯ

Варицкая В.В. Туристско-рекреационные ресурсы Брестского района	46
Василечко А.Ю. Перспективы развития замкового туризма в Львовской области.....	49
Горбацкая О.С. Фольклорно-этнографический туризм в Ивановском районе Брестской области.....	53
Давыдик Ю.А. Туристско-рекреационный потенциал Слонимской культурной зоны.....	55
Денисова А.Г. Туристская и рекреационная привлекательность малых водоемов г. Гомель.....	58
Желудок Ю.Ю. Литературный туризм как фактор развития региона (на примере г. Гродно).....	61
Крень Ю.С. Перспективные направления для развития туризма в Малоритском районе.....	64

Насеко В.Н. Туристско-рекреационные ресурсы Петриковского района..	67
Роговцова А.А. Мрачный туризм как новое направление туристической деятельности в Пинском районе.....	70
Савицкая Д.В. Рекреационно-туристический потенциал Гродненской области в развитии внутреннего туризма.....	73
Сакута Е.А. Потенциал Брестской области в развитии военно-патриотического туризма.....	77
Скречко А.В. Возможности развития ностальгического туризма в Беларуси (на примере г. Пинска).....	80
Терешко В.А. Проблемы и перспективы развития событийного туризма в городе Бресте.....	83
Флерьянович Т.А. Туристический потенциал усадьбы «Кухтичи».....	86

РАЗДЕЛ 3. САНАТОРНО-КУРОРТНОЕ ДЕЛО, ГОСТИНИЧНЫЙ И РЕСТОРАННЫЙ БИЗНЕС, МЕНЕДЖМЕНТ И МАРКЕТИНГ В ТУРИЗМЕ

Абрамук М.Р. Подземные воды Беларуси как лечебный фактор.....	90
Борисюк О.В. Обеспечение безопасности в объектах гостеприимства.	93
Гладун Д.Г. Инновационные методы продвижения туристических услуг..	98
Жданович В.Э. Перспективные инновационные технологии в гостиницах и отелях.....	98
Каменец А.Г. Перспективы внедрения интернета вещей в гостиничном бизнесе.....	101
Котыш А.Ю. Интернет вещей в умном доме.....	104
Мацука А.Г. История развития санаторно-курортных организаций Брестской области.....	106
Мелешко Е.Г. Деятельность санаторно-курортных учреждений Республики Беларусь в условиях пандемии COVID-19.....	109
Мельникова К.А. Место санаторно-курортного лечения в отраслевой структуре туризма.....	113
Правко К.А. Истоки и развитие гостиничного бизнеса в туристической индустрии.....	116
Прокопюк Я.А. Особенности маркетинговой деятельности спортивных клубов по взаимодействию с болельщиками (на примере ГФК «Динамо Брест»).....	120
Сазон А.А., Долмат С.А. Восстановление физической работоспособности пациентов при санаторно-курортном лечении с использованием грязеразводных ванн.....	123
Хололович Д.В., Зданевич П.С. Маркетинг в индустрии туризма.....	126
Хололович Д.В., Зданевич П.С. Социально-ответственное инвестирование в туристической области.....	126

РАЗДЕЛ 4. ЭКСКУРСОВЕДЕНИЕ И КУЛЬТУРНОЕ НАСЛЕДИЕ В ТУРИЗМЕ

Аврусевич К.Н. Памятники Великой отечественной войны на территории Ивацевичского района.....	131
Басінская В.М. Да праблемы павелічэння турыстычнай прывабнасці Гудзевіцкага музея.....	133
Бриштен Т.И. Литературный туризм как фактор межкультурной коммуникации.....	136
Витковская А.Б. Культурный хаб как форма неформальной культурной жизни города.....	139
Васюкович А.А., Закревская Е.А. Экскурсия как эффективная форма организации начального обучения.....	141
Жэгала А.А. Перспективы выкарыстання палацава-паркавых комплексаў у рэгіянальным турызме Беларусі.....	144
Комисарчук В.А. Погост: история уникального озера.....	148
Король К.А. Юлиан Лисецкий: польский вклад в архитектуру города Бреста.....	150
Савченко В.Д. Туристический потенциал Речицкого района для разработки историко-археологической экскурсии.....	152
Тельпук И.Г. Туристические объекты города Лунинца.....	155

РАЗДЕЛ 5. АГРОЭКОТУРИЗМ, ТУРИСТСКО-ОЗДОРОВИТЕЛЬНАЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ И СПОРТИВНЫЙ ТУРИЗМ

Баранова А.В. Современная сеть и направления туристического использования заповедных территорий республиканского значения...	158
Василенко В.Т. Окружающая среда и устойчивое развитие туризма...	161
Волков Н.В. Современные тенденции развития агроэкотуризма в Беларуси.....	164
Герасимович С.С. Спортивная инфраструктура как ресурс развития туризма (на примере Молодечненского района).....	166
Донцова С.А. Развитие физической культуры в 1945 –1980-е гг. (на примере Каменецкого района Брестской области).....	169
Ерчик Д.В. Особенности организации маркетинга в агроусадыбах.....	172
Кислощенкова А.С. Полигоны для спортивного туризма на территории Кобринского района.....	176
Кучко А.В., Пархомова Г.Ю. Водный туризм в Беларуси.....	178
Огиевич А.А. Физкультурно-оздоровительный туризм в Республике Беларусь.....	180
Станчик М.Ю. Гастрономический туризм: современные тенденции и перспективы.....	182
Тихомирова В.И., Митус И.Н. Экстремальный отдых как вид	

спортивного туризма.....	185
--------------------------	-----

РАЗДЕЛ 6. ИНФОРМАЦИОННЫЕ ТЕХНОЛОГИИ И ОБРАЗОВАНИЕ В ТУРИЗМЕ

Андренко К.В. Технологии дополненной реальности в туризме.....	188
Бенедисюк И.Б. Волонтерский туризм в теории пост-развития.....	190
Борисюк В.О. Роль электронных СМИ в индустрии туризма.....	193
Василюк Е.В. Информативность туристических веб-ресурсов Брестской области.....	195
Киричук В.В. Информационные технологии и образование в туризме.....	199
Кобяtko Д.Д. Лингвистический шок через призму туризма.....	201
Коваль А.Д. Виртуальный туризм: состояние и перспективы развития.....	203

РАЗДЕЛ 1. МЕЖДУНАРОДНЫЙ ТУРИЗМ И СТРАНОВЕДЕНИЕ

И. Б. БЕНЕДИСЮК

Брест, БрГУ имени А.С. Пушкина

Научный руководитель – В.А. Мороз, ст. преподаватель

ВИРТУАЛЬНЫЙ ТУРИЗМ И ЕГО РОЛЬ В УСЛОВИЯХ ПАНДЕМИИ

Виртуальный туризм представляет собой захватывающий опыт посещения различных точек мира с использованием технологий предложения доступа – хотя и удаленно – к развлечениям, искусству, культуре и путешествиям. Пандемия сильно ударила по индустрии туризма, но виртуальный туризм предоставил музеям и достопримечательностям возможность поддерживать связь с общественностью, встречаясь с ней именно там, где она находится: в Интернете.

Существуют простые и более сложные пути предложения виртуального туризма. Более упрощенные составляют записанные процессы посещения объектов туристическими компаниями или гидами. Потенциальные клиенты уже предрасположены к таким идеям, как прямая трансляция и геотеги́рование в социальных сетях, это самый простой способ предложить виртуальный туризм. Единственные реальные барьеры для «входа» в данное виртуальное туристическое пространство – это стабильный доступ в Интернет, онлайн-охват заведения и то, насколько хорошо можно запечатлеть обзор на экране.

Более сложный путь к виртуальному туризму включает в себя науку о данных – математическое моделирование и картографирование пункта назначения для создания виртуального опыта путешествий. Чтобы люди могли наслаждаться продуктом в своих домах, им, вероятно, понадобятся очки VR.

Существует множество различных типов предложения виртуального туризма, но самые распространенные из них это: смешанная реальность, неподвижные изображения, видео, аудио, повествования, интерактивные мультимедийные форматы – все перечисленное позволяет обеспечить опыт, который пользователь не может получить только через изображения или веб-сайты.

Музеи разработали подходящий виртуальный опыт, который может перемещать посетителей в новые пространства с помощью иммерсивных экспонатов. Парки развлечений и 3D-кинотеатры используют 3D-очки и эффекты, такие как вибрирующие сиденья или брызги воды, для более захватывающего ощущения. НАСА десятилетиями использовало виртуальную реальность и дополненную реальность со своими космическими симуляторами, вызывая увлечение звездами у молодых пар, к примеру. Все

перечисленные технологии помогли подготовить индустрию туризма к ее самой большой проблеме: общению с посетителями, не собирая их в одной местности.

Наиболее очевидным из преимуществ виртуального туризма является то, что зрители могут видеть и чувствовать пункт назначения, не путешествуя в него, что означает, что они не ограничены доступными рейсами, логистикой путешествий и проблемами безопасности. Им даже не нужно думать о часовых поясах или погодных условиях [1].

Другим огромным преимуществом для зрителей является стоимость. Виртуальный туризм делает направления доступными для миллионов людей, которые в противном случае не смогли бы позволить себе путешествовать к туристическим пунктам.

Для отелей очевидным преимуществом является возможность оставаться в курсе предпочтений потенциальных клиентов, с целью дальнейшей разработки новых удобств и предложений. Зрители, которые испытали отель с помощью виртуального туризма, с большей вероятностью забронируют и будут с нетерпением ожидать испытания его в «реальном мире».

Потенциальные гости могут увидеть 360-градусный обзор отеля и его удобств, а не плоские изображения на брошюре или веб-сайте. Захватывающие впечатления увеличивают шансы, что зрители смогут легко поделиться виртуальными предложениями со своими друзьями и семьей.

Благодаря виртуальному туризму гости могут летать над туристическим пунктом на воздушном шаре, плавать в озере, не промокая, спускаться на лыжах. Добавив впечатления, которые гости, возможно, не смогут получить лично, виртуальный туризм выходит за рамки идеи замены «настоящего» путешествия.

Также CVB (Конгресс-бюро по привлечению бизнес-туристов) используют виртуальный туризм в течение многих лет, чтобы подчеркнуть уникальные аспекты местоположения, включая все, от истории и культуры до захватывающих мероприятий, местных достопримечательностей и забавных мелочей.

Из технологий 360-градусного обзора следует отметить:

- VR-фотография, которая захватывает неподвижные изображения и собирает их вместе с помощью специализированного программного обеспечения, создавая захватывающее мультимедиа, где пользователь может смотреть в любом направлении. Эта технология отлично подходит для показа интерьеров отелей, произведений искусства, музейных экспонатов и всего, что можно полностью испытать без движения или звука.

- Наконец, полностью захватывающий формат VR позволяет пользователям участвовать в самом процессе, взаимодействуя с окружающей средой и познавая больше через свои действия. Это виртуальный опыт,

сосредоточенный на одном аспекте местоположения, таком как сцена еды, музыка, история или искусство. Занятия йогой в виртуальной реальности, прогулки на природе, наблюдение за звездами и наблюдение за птицами стали популярными способами для дестинации, чтобы показать все, что она может предложить.

Хорошими примерами направлений в виртуальном туризме, которые усовершенствовались или возникли впервые из-за пандемии, могут быть:

- Канадская страна чудес, один из лучших тематических парков в Канаде. Канадская Страна чудес не только выпустила ошеломляющие 34 виртуальных аттракциона, но и сосредоточилась на персонализации атмосферы для публики. С достопримечательностями, которые сильно зависят от визуальных эффектов, таких как американские горки и карусели, виртуальный туризм является довольно сообразительным шагом.

- Devour Tours, гастрономическая туристическая компания, которая предлагает гастрономические и винные туры, переплетенные с повествованием и культурным опытом, похоже, создала свой собственный секретный соус для устойчивого виртуального туризма.

- Метрополитен-музей в Нью-Йорке. Музей оцифровал шесть своих самых популярных коллекций, создал два виртуальных 3D-тура и предоставил любителям искусства доступ к более чем 200 000 уникальных работ в одном из самых известных музеев мира, где можно увидеть текстуру каждого мазка в изысканных деталях все еще находясь в своей спальне.

- Рейксмюсеум в Амстердаме, сотрудничавшие с Google Arts & Culture, чтобы обеспечить восемь виртуальных туров по всему пространству площадью 30 000 квадратных метров.

- Акрополь в Афинах также предлагает собственный виртуальный тур, доказывая, что достопримечательности также могут участвовать в виртуальном действии.

- Фарерские острова создали виртуальную туристическую кампанию после начала пандемии COVID-19.

- Бристоль представил коллекцию ресурсов путешественников, чтобы можно было продолжать наслаждаться Бристолем во время мер социального дистанцирования, не выходя из собственного дома.

- Экскурсия по впечатляющей архитектуре Дубая с Dubai 360.

- Большой Барьерный риф имеет виртуальные туристические предложения. Это гораздо больше, чем просто замена туров по Большому Барьерному рифу – это опыт сам по себе, и он демонстрирует, насколько универсальным может быть виртуальный туризм.

Последнее десятилетие рост влияния социальных сетей привел к тому, что путешественники тратят больше времени на просмотр опыта других людей в Интернете. В некотором смысле, это растущее переплетение

технологий, средств массовой информации и путешествий подготовило аудиторию к виртуальным путешествиям, что облегчило им принятие виртуальных предложений музеев и достопримечательностей [2].

В будущем, спустя долгое время после ослабления ограничений на поездки из-за пандемии, ожидается, что виртуальный туризм, вместо того, чтобы быть единственным вариантом, доступным для международных туристов, скорее всего, станет дополнением к традиционным формам туризма.

СПИСОК ИСТОЧНИКОВ

1. Winderl A. M. Virtual Tourism Is the Future of Real-World Travel a [Электронный ресурс] A. M. Winderl ; под ред. Martha Stewart. – New York, 2020. – Режим доступа: <https://www.marthastewart.com>. – Дата доступа 10.03.2022.

2. Национальный Интернет-портал США [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.cvent.com>. – Дата доступа 10.03.2022.

В. В.БРИЛЬ

Гродно, ГрГУ им. Янки Купалы

Научный руководитель – С.В. Чувак, магистр экономики и управления

ПАНДЕМИЯ COVID-19 И РАЗВИТИЕ МЕЖДУНАРОДНОГО ТУРИЗМА: НАПРАВЛЕНИЯ РАЗВИТИЯ

Туризм представляет собой основной источник доходов от экспорта для многих стран и важную часть их ВВП. Этот сектор поддерживает миллионы прямых и косвенных рабочих мест по всему миру, особенно для женщин и молодежи.

Таблица 1 – Вклад туристической отрасли в ВВП и занятость населения

Страна	Вклад в ВВП	Вклад в занятость
Мальдивы	32,5%	12,6%
Сейшелы	27,2%	26,4%
Багамы	19,6%	28,9%
Филиппины	12,4%	12,8%
Таиланд	9,6%	6,3%
Хорватия	10,9%	9%
Черногория	10,4%	4,8%
Грузия	10%	7,5%
Исландия	9%	7,6%
Греция	8,5%	10,1%
Австрия	7,7%	9,2%

Источник: собственная разработка на основе данных [4]

В 2020–2021 гг. пандемия COVID-19 вызвала беспрецедентный сбой в развитии индустрии туризма, что привело к резкому сокращению числа международных поездок после глобального карантина и падению спроса на фоне широко распространенных ограничений на поездки, введенных для сдерживания распространения коронавируса. Туризм был наиболее пострадавшим сектором от пандемии COVID-19, при этом кризис серьезно повлиял на бизнес, занятость и средства к существованию во всем мире.

Беспрецедентные обстоятельства, с которыми в настоящее время сталкивается сектор путешествий и туризма в результате пандемии COVID-19, означают, что в эволюционном смысле мировая экономика в целом и туристическая индустрия в частности достигли развилки, где возможны как минимум два общих исхода. Первый, основанный на возврате к прошлой истории восстановления, заключается в том, что сектор постепенно вернется к докризисной траектории, ориентированной на неустойчивый рост. Альтернативный сценарий предполагает переход к радикально иному способу ведения дел [1]. Достижение этой метафорической развилки дороги дает обществу в целом возможность остановиться и обдумать путь вперед. В настоящее время кризис означает, что наступил поворотный момент, дающий возможность ввести перемены различной степени, которые могут позволить нам уйти от первоначальной траектории и избежать некоторых, связанных с этим, проблем [2]. Как утверждает Тьерри Бретон, комиссар ЕС по внутреннему рынку: «...есть возможность воспользоваться преимуществами нынешнего кризиса, чтобы заново изобрести туризм завтрашнего дня – в направлении более устойчивого и инновационного сектора» [3].

Для возрождения отрасли требуются такие преобразования, как перезапуск, реорганизация и ассимиляция индустрии туризма в соответствии с последними стандартами и правилами. После пандемии глобальная экономическая и политическая системы будут охватывать меняющиеся модели, касающиеся смягчения последствий изменения климата, устойчивого туризма, местных сообществ и благосостояния общества.

Основываясь на проанализированных источниках и указанных особенностях развития туристической индустрии в период пандемии COVID-19, мы считаем, что основой для дальнейшего развития отрасли определились пять приоритетных направлений:

1. Смягчение социально-экономических последствий (сохранение рабочих мест, укрепление доверия и безопасности);
2. Повышение конкурентоспособности и устойчивости (развитие туристической инфраструктуры и повышение качества оказываемых услуг, диверсификация продуктов и рынков, продвижение внутреннего туризма);

3. Диджитализация (цифровизация туристической экосистемы, создание инновационных решений, инвестиции в цифровые навыки);
4. Экологизация (содействие устойчивому развитию, внедрение углеродно-нейтральных решений, развитие экотуризма);
5. Координация и партнерство для трансформации сектора и достижения целей устойчивого развития [4].

Пандемия COVID-19 поспособствовала созданию новых бизнес-моделей, преобразовавших индустрию в гораздо более устойчивую форму. Устойчивость индустрии туризма развивается с нескольких сторон, по трем сегментам, а именно правительствам, участникам рынка и местным сообществам. Искусственный интеллект, интернет-вещи и технологии, связанные с местоположением, навигацией, дронами и робототехникой, – вот лишь несколько областей, которые оказывают ощутимое влияние на развитие современного туризма и нуждаются в улучшении в соответствии с вызовами международной отрасли гостеприимства.

СПИСОК ИСТОЧНИКОВ

1. Loorbach, D., Frantzeskaki, N. Sustainability Transitions Research: Transforming Science and Practice for Societal Change / D. Loorbach, N. Frantzeskaki, [Electronic resource]: Annual Review of Environment and Resources. - Mode of access: <https://www.annualreviews.org/doi/10.1146/annurev-environ-102014-021340>. - Date of access: 06.03.2022.
2. Miles, L., Petridou, E. Entrepreneurial resilience: Role of policy entrepreneurship in the political perspective of crisis management / L. Miles, E. Petridou // Organizational Resilience: Concepts, Integration and Practice. - Boca Raton: CRC Press, 2015. - p. 67-81.
3. Nicolás, E. EU pledges help, as tourism faces €400bn hit / E. Nicolás [Electronic resource]: EU Observer. - Mode of access: <https://euobserver.com/coronavirus/148137>. - Date of access: 22.02.2022.
4. The Impact of COVID19 on Tourism [Electronic resource]: UNWTO. – Mode of access: <https://webunwto.s3.eu-west-1.amazonaws.com/s3fs-public/2020-08/UN-Tourism-Policy-Brief-Visuals.pdf>. - Date of access: 22.02.2022.

У.В. ВОЙТОВИЧ

Гродно, ГрГУ им. Янки Купалы

Научный руководитель – С.В. Чувак, магистр экономики и управления

ГАСТРОНОМИЧЕСКИЙ ТУРИЗМ В РАЗВИТИИ МЕЖДУНАРОДНОЙ ТУРИСТИЧЕСКОЙ ИНДУСТРИИ

Как появилось понятие гастрономического туризма? В 1998 году Люси Лонг ввела в науку понятие «кулинарный туризм» [1]. В 2012 году этот термин был заменен на гастрономический туризм. Потому, что проведенные исследования, показали, что большинство опрошенных респондентов считали кулинарный туризм занятием элитных посетителей или отсылкой к профессиональной деятельности повара. Новый термин легче воспринимался людьми. Он объединил предприятия общественного питания с продуктовыми магазинами, уличными торговцами, пабами для местных жителей и т.п. Еще «гастрономия» используется для объяснения кулинарной культуры региона, и в этом плане новый термин означал новые горизонты развития гастрономического туризма [2].

Таблица 1 – Подходы к определению понятия «гастрономический (пищевой, кулинарный) туризм»

Авторы	Определения
Лонг (Long, 2004)	Это опыт, полученный от употребления еды или способов питания, отличных от своего собственного.
Хол и Митчелл (Hall & Mitchell, 2006)	Продуктовый туризм как посещение первичных и вторичных производителей продуктов питания, фестивалей еды, рестораны и конкретные места, для которых дегустация еды и / или впечатлений регионов, это демонстрация особенностей этой территории или основная мотивация для путешествий
Игнатов и Смит (Ignatov and Smith, 2006)	Кулинарный туризм – это туристические поездки, во время которых покупка или потребление блюд региональной кухни (включая напитки), или наблюдение и исследование производства продуктов питания (от сельского хозяйства до кулинарных школ) представляет собой значительную мотивацию или активность
Сяо и Смит (Xiao and Smith, 2008)	Кулинарный туризм – это любой туристический опыт, в котором каждый узнает, ценит или потребляет фирменные местные кулинарные ресурсы
Оттенбахер и Харрингтон (Ottenbacher & Harrington, 2010)	Кулинарный туризм – это поиск уникальных и запоминающихся кулинарных экспериментов. во время путешествия.

Источник: разработка автора на основании источников [1, 2, 3]

Исходя из данных таблицы видно, из чего складывается современное понятие гастрономического туризма. Во-первых, это туристы, которые дегустируя блюда и напитки дестинации, получают незабываемые впечатления. Во-вторых, это территории, дестинации, которые демонстрируют уникальность своей культуры через культуру земледелия и животноводства, приготовления еды и ее способов подачи и потребления. Таким образом, гастрономический туризм является областью междисциплинарных знаний, которая изучает и генерирует физико-химические, культурные и социально-экономические процессы, в которых люди выращивают, обрабатывают и потребляют продукты и напитки хорошего качества. А продукты влияют на физическое, умственное и социальное благополучие людей [1].

Всемирная туристская организация (UNWTO) разработала, по нашему мнению, наиболее полное и точное определение гастрономического туризма. Она определяет *гастрономический туризм* как «вид туристической деятельности, который характеризуется опытом посетителя, связанного с едой и сопутствующими продуктами и деятельностью во время путешествия. Помимо аутентичных, традиционных и / или новаторских кулинарных впечатлений, гастрономический туризм может также включать другие связанные с этим мероприятия, такие как посещение местных производителей, участие в фестивалях еды и посещение кулинарных классов. Эно-туризм (винный туризм), как подтип гастрономического туризма, относится к туризму, целью которого является посещение виноградников, виноделен, дегустация, употребление и / или покупка вина, часто у источника или рядом с ним» [1].

В прошлом еда чаще рассматривалась как необходимость, а не как развлечение из-за чего не всегда находилась в центре внимания туристов. Но за последние пару десятилетий туристические дестинации стали осознавать все больше свой потенциал, уникальность и в сфере туризма отношение к продуктам питания сильно изменилось. Стоит отметить, что до 1990-х годов гастрономия, если вообще ее рассматривали ученые, обычно рассматривалась как часть культурного туризма [3]. На рубеже XX-XXI вв. гастрономия и туризм стали активно взаимодействовать. В 2001 году в регионе Минью в Португалии прошла встреча, которая положила начало созданию группы ATLAS по туризму и гастрономии. Еда стала одним из главных мотивов к путешествиям. Многие научные исследования обращали внимание на то, чтобы туристические направления думали о более стратегическом взаимодействии гастрономии и туризма и начали сегментировать этот рынок. Помимо этого, внимание обращали на то, чтобы производители продуктов учитывали потребности туристов.

Скандинавский регион начал для создания бренда места пытаться использовать впечатления туристов от еды [2].

В 2001–2012 гг. были первые попытки связать туризм и гастрономию. Эти попытки были связаны с развитием туристического опыта производителей для потребителей. Изначально гастротуризм определялся как «стремление к уникальным и запоминающимся блюдам и напиткам, как вдали, так и поблизости» (Эрик Вольф, 2001 г.) [3]. На данном этапе производители хотели заинтересовать потребителей впечатлениями, чтобы они задействовали все пять органов чувств. Еда не была монетизирована как туристическая деятельность, а являлась элементом дизайна.

В 2012–2018 гг. стало расти количество гурманов. Они старались отойти от высокой кухни. Об этом свидетельствует внушительный рост количества веб-сайтов о гастрономических путешествиях. Внимание к культуре продуктов питания открыло ряд новых туристических направлений, среди которых пабы, рестораны, сами производители продуктов питания.

С 2018 г. – по настоящее время еда стала главной мотивацией туристов при выборе дестинации. Еда обеспечила важную связь между местом, аутентичностью, культурой и туризмом. Сегодня гастрономический туризм выступает проводником в культуру местности и может объединить туристов и местных жителей для получения совместного культурного опыта. Сегодня смысловой акцент гастрономического туризма смещается от плоскости получения гастрономических впечатлений в плоскость контакта с культурой региона через продукты питания. Гастрономический туризм расширяет возможности всех участников производства и сбыта в гастрономии, особенно местных сообществ и профессионалов, которые выступают в качестве послов своей территории, чем подчеркивают самобытность и чувство принадлежности, сохраняют аутентичность каждого места.

СПИСОК ИСТОЧНИКОВ

1. Glossary. GASTRONOMY TOURISM [Electronic resource] // World Food Association. - Mode of access: <https://worldfoodtravel.org/what-is-food-tourism/>. - Date of access: 5.03.2022.

2. Guidelines for the Development of Gastronomy Tourism [Electronic resource] // ELibrary UNWTO. - Mode of access: <https://www.e-unwto.org/doi/epdf/10.18111/9789284420957>. - Date of access: 28.02.2022.

3. Sorokina, A. Typology of GastronomyTourists and Tourism/ A. Sorokina [Electronic resource] // Academia. - Mode of access: https://www.academia.edu/32044565/Typology_of_Gastronomy_Tourists_and_Tourism. - Date of access: 18.02.2022.

Д. С. КИШКУРНО

Гродно, ГрГУ имени Янки Купалы

Научный руководитель – У.А. Жилко, кандидат культурологии

ОСОБЕННОСТИ РАЗВИТИЯ МЕЖДУНАРОДНОГО ТУРИЗМА В УСЛОВИЯХ ПАНДЕМИИ COVID-19

Экономический кризис в мире, вызванный коронавирусной инфекцией COVID-19, уже привел к серьезным социально-экономическим последствиям, поразил почти все страны и повлиял на процесс глобализации и отдельные его сферы, к которым относится и международный туризм.

Весомый вклад в изучение различных проблем развития туристической отрасли внесли такие ученые, как В. Герасименко, О. Любичева, В. Квартальный, А. Парфиненко, Т. Сокол, Т. Ткаченко, Д. Уокер и другие. В своих работах исследователи анализировали факторы, потенциал которых может отрицательно повлиять на перспективы развития интернационального туризма. Например, нестабильность мировой финансовой системы, вспышка вирусных болезней, возникновение стихийных бедствий и стоимость углеродов [1, с. 185]. Однако проблема функционирования туристической отрасли в условиях пандемии комплексно не исследована и требует углубленного анализа. Следовательно, цель статьи состоит в определении последствий особенности развития мировой туристической отрасли в условиях пандемии.

До пандемии COVID-19 путешествия и туризм стали одним из важнейших секторов мировой экономики, на долю которого приходилось 10% мирового ВВП и более 320 миллионов рабочих мест по всему миру.

В 1950 году, на заре реактивной эры, всего 25 миллионов человек совершили зарубежные поездки. К 2019 году это число достигло 1,5 миллиарда человек, а сектор путешествий и туризма вырос почти до масштабов, слишком больших, чтобы обанкротиться во многих странах.

Глобальная пандемия, первая в своем масштабе в новую эру взаимосвязанности, поставила под угрозу 100 миллионов рабочих мест, многие из которых заняты на микро-, малых и средних предприятиях, на которых занята высокая доля женщин, на долю которых приходится 54% всего туристического сектора. Страны, зависящие от туризма, вероятно, будут ощущать негативные последствия кризиса намного дольше, чем другие страны. Интенсивные контактные услуги, ключевые для сектора туризма и путешествий, несоразмерно затронуты пандемией, и они будут продолжать бороться до тех пор, пока люди не почувствуют себя в безопасности, чтобы снова путешествовать в массовом порядке [2].

Во всем мире страны, зависящие от туризма, работают над финансированием широкого спектра политических мер, направленных на смягчение последствий резкого падения доходов от туризма для домашних хозяйств и предприятий. Были развернуты денежные переводы, гранты, налоговые льготы, поддержка заработной платы и гарантии по кредитам. В некоторых случаях банки также приостанавливали выплаты по кредитам. Некоторые страны сосредоточили поддержку на неформальных работниках, которые, как правило, сосредоточены в секторе туризма и очень уязвимы.

Анализ туристической отрасли, проведенный McKinsey&Company, говорит о том, что многолетнее восстановление туристического спроса до уровня 2019 года потребует экспериментов с новыми механизмами финансирования.

Консалтинговая фирма проанализировала пакеты стимулирующих мер в 24 странах на общую сумму 100 миллиардов долларов в виде прямой помощи индустрии туризма и 300 миллиардов долларов в виде помощи другим секторам со значительным участием в туризме. Наиболее прямые стимулы были в форме грантов, облегчения бремени задолженности и помощи малым и средним предприятиям и авиакомпаниям. Фирма рекомендует новые способы поддержки отрасли, в том числе механизмы распределения доходов между отелями, которые конкурируют за один и тот же сегмент рынка, например, участок побережья, и поддерживаемые государством фонды акционерного капитала для предприятий, связанных с туризмом [2].

Сейшельские Острова, например, выиграли от увеличения экспорта тунца в период COVID-19, что несколько компенсировало потери от туризма, но эти дополнительные доходы остаются лишь частью доходов от туризма. Правительство также осуществляет план по выплате заработной платы уволенным работникам туристического сектора, предлагая им возможности для переподготовки [3].

В последние несколько лет туристическая отрасль демонстрировала активный рост, но эксперты прогнозируют несколько пессимистические последствия, которые ожидаются после завершения пандемии. Несмотря на это, важными остаются постоянная коммуникация с потенциальными туристами и маркетинговая политика. Опыт прошлых лет свидетельствует о том, что бренды имеют возможность достаточно быстро восстанавливаться после рецессии и даже увеличивать свою ценность.

Уже сегодня некоторые дестинации разработали маркетинговые шаги во время пандемии. К примеру, снято видео с хештегом «OnlyYou», в котором показано пустой стрип Лас-Вегаса. Таким креативным посланием туристам напоминают, что город будет ждать их после завершения карантина [2].

Восстановление туристической отрасли в каждом государстве будет различаться в зависимости от объемов, нанесенных ущерба от коронавируса.

Как уже отмечалось, вероятнее всего, внутренний туризм будет восстанавливаться гораздо более быстрыми темпами, чем выездной. В некоторых странах будет преобладать именно деловой вид туризма.

В туристической индустрии разрабатываются технологии по максимальному уменьшению контактной взаимодействия с гостем, то есть инструменты «без прикосновения». Это будет способствовать обеспечению соблюдения санитарных норм. Как один из примеров – уже существующие бесконтактные платежи. Планируется внедрить мобильные приложения, которых будут загружены билеты, оплата номера гостиницы, счета за туристические услуги и даже паспорта [3].

Сегодня некоторые гостиницы анонсировали зоны отдыха, которые отделены для конкретных семей. Для этого даже огородили определенные территории. Это позволит всем членам семьи провести время вместе и не контактировать с другими посетителями. Именно психологическое спокойствие отдыхающих и безопасность их здоровья – та цель, которая сейчас стоит перед представителями туристического бизнеса.

Таким образом, сектор туризма до сих пор несет огромные потери из-за пандемии COVID-19. Туристическим компаниям необходимо постоянно анализировать сложившуюся ситуацию, изучать новые потенциальные рынки и прогнозировать возможное поведение туристов. Фирмы должны оптимизировать онлайн-работу, чтобы клиентам было удобнее заказывать, отменять или переносить туры на другие даты, минимизируя контакт с работниками.

СПИСОК ИСТОЧНИКОВ

1. Парфиненко, А. Ю. Глобальные трансформации рынка международного туризма и индустрии гостеприимства / А. Ю. Парфиненко // Вестник Харьковского национального университета имени В. Н. Каразина. Серия «Международные отношения. Экономика. Страноведение. Туризм». – Харьков, 2017. – № 6. – С. 175–186.

2. European commission [Электронный ресурс]. – Режим доступа: https://ec.europa.eu/info/sites/default/files/communication_tourismservices_healthprotocols.pdf. – Дата доступа: 05.03.2022.

3. European commission [Электронный ресурс]. – Режим доступа: https://ec.europa.eu/info/sites/default/files/communication_freemovement.pdf. – Дата доступа: 05.03.2022.

А. В. КУЗМЕНЧУК

Брест, БрГУ имени А.С. Пушкина

Научный руководитель – И.Л. Фёдорова, магистр геогр. наук,
ст. преподаватель

ПРОДУКТОВЫЕ РЫНКИ ЕВРОПЫ КАК КЛЮЧЕВОЙ ЭЛЕМЕНТ ГАСТРОНОМИЧЕСКОГО ТУРИЗМА

В настоящее время всё большую популярность набирает посещение продуктовых рынков разных стран. Такая достопримечательность привлекает не только туристов, позволяя им попробовать большое многообразие блюд разных культур, но и местных жителей, которые охотно посещают торговые ряды за самыми свежими продуктами.

На мировой арене представлено большое разнообразие продуктовых рынков. У каждой страны в связи с ее географическим положением, историей и особенностями культуры имеется своя кухня. На основе этого появилось ещё одно направление туризма – гастрономическое, позволяющее туристам знакомиться с той или иной страной через призму национальной гастрономии. Так стало появляться всё больше продуктовых рынков, среди которых можно выделить наиболее популярные по всему миру.

К примеру, одним из известных рынков является рынок Boqueria в Барселоне, который расположен на известном туристическом бульваре La Rambla. Испанцы считают, что Boqueria служит символом Барселоны.

Вековые традиции подарили людям навыки в кухне и продуктах, в чём можно убедиться, посетив рынок. В нём представлен язык культуры и традиции народа, т.к. местные люди и туристы могут купить не только свежие продукты, но и попробовать национальную кухню. Как показывает статистика, большая доля посетителей на рынке – туристы.

Особенностью этого продуктового рынка является такое понятие как «сезонные» продукты. Что касается свежих продуктов, популярным овощем является кальсот – разновидность лука. Его традиционно едят в начале весны, тем самым празднуя её начало. Также рынок славится свежими морскими гадами и вязанками хамона, многочисленными сортами сыров и карамелизированными насекомыми.

На рынок работают и птицефермы, что поставляют туда всегда свежие яйца по цене на разный контингент людей в зависимости не столько от качества яиц, сколько от содержания кур на ферме. Помимо поставки свежих продуктов, в Boqueria готовятся и блюда. Многие рестораны покупают прилавки на рынке, давая возможность туристам попробовать национальную кухню. В целом на рынок приходится 200 прилавков на свежие продукты и 36 – на готовые блюда.

По подобному принципу существуют и множество других продуктовых рынков. Поэтому для примера можно привести крытый рынок Östermalms Saluhall в Стокгольме, построенный ещё в 1880 году. Здесь можно попробовать продукты и блюда шведской кухни: оленина, лосось, тунец или наваристый мясной суп. Лучшие рыбные блюда можно найти в кафе Lisa Elmqvist. Это заведение работает с 1920-х годов.

Популярный рынок в Копенгагене расположился рядом со станцией Nørreport. Внутри находится 80 торговых точек. На рынке располагается заведение Hija de Sanchez. В нём можно попробовать местные тако и другие интересные блюда. Это официально признанный лучший стрит-фуд в Европе.

В некоторых районах Берлина сохранились исторические крытые рынки, которые до сих пор пользуются спросом у горожан. Markthalle IX – одна из важных точек притяжения гурманов в многонациональном Кройцберге, здесь можно найти почти любую кухню мира. По четвергам устраивают Street Food Thursday, где можно попробовать настоящую берлинскую уличную еду. На территории рынка располагается заведение Markthalle Restaurant: там готовят из сезонных локальных продуктов и по традиционным рецептам.

Один из старейших уличных рынков Вены – Naschmarkt – образовался на своем месте еще в XVI веке, хоть в те времена торговали здесь в основном молочными продуктами. Однако на сегодняшний день можно найти что угодно: от сувениров и турецких фруктов до продуктов из австрийских регионов. В уголке Bio-Eck фермеры предлагают местные деликатесы.

Что касается Беларуси, здесь также есть главный продовольственный рынок – Комаровский рынок в Минске, который привлекает не только жителей города, но и туристов. Минчане ездят сюда на выходных за свежими дарами белорусских полей или вкусными сырами и колбасами. В целом здесь можно найти практически все: от редких специй или ингредиентов для китайской кухни до аутентично приготовленных творога и солений от местных продавцов.

Таким образом, можно сделать выводы, что продуктовые рынки и гастрономический туризм в целом – это отдельная важная отрасль экономики. В современном мире посещение продуктовых рынков разных стран становится всё более распространенным явлением. Продуктовые рынки способствуют социально-экономическому развитию регионов, включая создание дополнительных рабочих мест, сохранению или открытию производств отдельных местных продуктов и их реализации, способствуют брендингу регионов, привлечению туристских потоков.

СПИСОК ИСТОЧНИКОВ

1. Уличная еда: 10 продуктовых рынков Европы [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <https://34travel.me>. – Дата доступа : 08.02.2022.
2. Продуктовые рынки: в сердце города [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.kuhnyatv.ru>. – Дата доступа: 13.02.2022.
3. Гастрономический туризм: современные тенденции и перспективы [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <https://tourlib.net>. – Дата доступа: 13.02.2022.

Д.Ю. КОВЯЗО

Гродно, ГрГУ им. Янки Купалы

Научный руководитель – С.В. Чувак, магистр экономики и управления

МИСТИЧЕСКИЙ ТУРИЗМ КАК РЕСУРС РАЗВИТИЯ ТУРИСТИЧЕСКОЙ ПРИВЛЕКАТЕЛЬНОСТИ РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ

Сверхъестественный или мистический туризм – это одна из форм мистического туризма. Это путешествия с целью посещения мест со сверхъестественной предысторией – приведения, вампиры, демоны, оборотни и тому подобное. Самым известным местом подобной тематики является д. Гольшаны (Гродненская область). Знатоки сверхъестественных сил съезжаются сюда, чтобы увидеть привидения не только местного замка XVII века, но и увидеть полуразрушенную «чёртову мельницу», где ночью можно услышать грохот работающих жерновов. Не даёт покоя монахам местного монастыря привидения молодой женщины, которую замуровали заживо в стену, чтобы сделать конструкцию прочнее.

На территории Беларуси каждый замок имеет как минимум одну легенду, в озерах «существуют» русалки, по деревьям ходят вампиры, валуны имеют магические силы, а во многих городах частыми гостями являются инопланетяне.

При анализе возможностей мистического туризма в Беларуси было выявлено, что почти весь потенциал держится на призраках замков:

- Черная Панна Несвижа – призрак Несвижского замка;
- Белая пана Гольшан (Гольшанский костёл);
- Призрак Черного Монаха в Гольшанском замке;
- Призраки Кревского замка;
- Призраки Мирского замка;
- Коссовская погоня и Дикая охота короля Стаха;
- Призраки воинов (Лидский замок);
- Призрак Магната Кишки (Любчанский замок);

- Призрак Ядвиги (Лошицкая усадьба);
- Призраки юноши и девушки (Быховский замок).

От общего объёма объектов мистического туризма призраки составляют 37%. Данное направление используется как часть экскурсий, но объективно Черная Панна Несвижского замка максимально используется как самостоятельная туристическая единица, что делает ее самой известным призраком Беларуси. Около 95% предложений мистической тематики от отечественных туристических предприятий предоставляют экскурсии в Несвижский и Мирский замок. В качестве продвижения могут выступать тематические и анимационные экскурсии, квесты, театральные представления и балы.

Далее по количеству объектов следуют камни и валуны – 33,5%;

- Стоунхендж (озеро Яново);
- Борисов камень (Полоцк);
- Воротишин крест (д. Камено);
- Борисов камень в Друе;
- Велесов камень (д. Крыжовка);
- Князь-камень (д. Березовщина);
- Валуны «Быки»;
- Чертов камень (д. Воронино);
- Большой камень (д. Горки);
- Великий камень литовский (д. Литовка);
- Святой камень Сенежицкий (д. Сенежичи);
- Поклонные камни (д. Горка).

В белорусской туристической индустрии они практически не используются. Однако на местном уровне они все-таки пользуются спросом у людей, верующих в магическую силу камней.

Следующими являются сверхъестественные существа – русалки, водяные, вампиры – 18,5% по количеству объектов:

- Русалки (озеро Светлое);
- Русалки (озеро Литовка);
- Водяной (Красное болото);
- Вампиры (д. Паре);
- Вампир (д. Путчино).

Данное направление никак и никем не используется в туризме, так как отсутствует объект экскурсионного объекта, относящийся к мифу о сверхъестественном. Нематериальную составляющую можно дополнить и развить использованием в квестах и тематических ивентах.

И последнюю нишу занимают места, отражающие внеземную повышенную активность – 11%.

- д. Новая Альба;

д. Тишково;

Аэродром в г. Вилейка.

Беларусь имеет ресурсы для развития мистического туризма. Данный вид темного туризма не связан со смертью и трагедиями, поэтому при разработке туристического продукта важно применять как можно больше креатива, ведь объектом рассказа является то, чего нельзя увидеть. Таким образом, это даст туристическому предприятию эксклюзивный продукт, а туристу позволит окунуться в магическую атмосферу и получить максимальное удовольствие от поездки.

Таким образом, территория Беларуси богата туристическими объектами, которые относятся к темному туризму. Это дает возможность развивать данный сегмент, так как на сегодняшний день лишь меньшая доля белорусских достопримечательностей темного туризма пользуется популярностью. Реконструкции объектов, создание координирующих центров и проектирование тематических туров даст возможность увеличить не только объем внутреннего туризма, но и въездного туризма.

Сегмент мистического туризма в последнее время вызывает все больший интерес в индустрии туризма. Его можно рассматривать как интересную туристическую концепцию, позволяющую туристам посетить как часть своего личного наследия, так и исследовать значимые места в истории, удовлетворить личное любопытство или, возможно, взаимодействовать с паранормальными сущностями. Беларусь в полном объеме имеет перспективы развития в темном туризме и может реализовывать мистические туры, однако сегмент этого туризма плохо изучен и мало продвинут туристическими предприятиями, поэтому в первую очередь следует обратить внимание на научную составляющую данного вида туризма, увеличить долю среди остальных видов, а далее правильно его развивать.

СПИСОК ИСТОЧНИКОВ

1.ТОП-5 белорусских замков с привидениями: как их увидеть? [Электронный ресурс] // SMARTPRESS. – Режим доступа: <https://smartpress.by/news/10553/>. – Дата доступа: 12.03.2022.

2. Призраки и привидения в замках Беларуси [Электронный ресурс] // Poshyk info. – Режим доступа: <https://poshyk.info/prizraki-belarusi/>. – Дата доступа: 07.02.2022.

3. Призраки, русалки, НЛО: необычные места Беларуси [Электронный ресурс] // Vetliva. – Режим доступа: <https://vetliva.ru/belarus/blog/prizraki-rusalki-nlo-neobychnye-mesta-belarusi/>. – Дата доступа: 07.12.2021.

4. Аномальные зоны Белоруссии [Электронный ресурс] // Команда Кочующие. – Режим доступа: <http://komanda-k.ru/>. – Дата доступа: 10.01.2022.

5. Посланцы ада. Где и как правили бал белорусские вампиры? [Электронный ресурс] // ЛИТВИН. – Режим доступа: <https://litvin.pl/statii/dusha/vampiry>. – Дата доступа: 13.02.2022.

В. И. ЛУКЬЯНОВ

Москва, ФГБОУ ВО «МПГУ»

Научный руководитель – М.Г. Коломейцев, канд. биол. наук, доцент

АКТУАЛЬНЫЕ ВОПРОСЫ ОКАЗАНИЯ ПЕРВОЙ ПОМОЩИ РОССИЙСКИМ ТУРИСТАМ В РЕСПУБЛИКЕ БЕЛАРУСЬ

Географическое положение Республики Беларусь (РБ), наличие туристических и курортно-рекреационных ресурсов [1; 11], в сочетании с развитой дорожно-транспортной инфраструктурой, в частности, наличием двух трансъевропейских транспортных коридоров [9] и безвизовым режимом для граждан 73 государств [12], делают ее привлекательной для российских туристов.

Поскольку туризм всегда сопряжен с различными источниками опасности и возникновением рисков, вопросам безопасности и здоровья туристов уделяется особое внимание. Тем более, что безопасность и защита туристов являются одним из основных условий развития туризма. Первостепенными мерами по сохранению жизни и здоровья туристов являются меры по оказанию первой помощи еще до прибытия скорой медицинской помощи (СМП).

В настоящее время «первая помощь» определяется как комплекс мероприятий, направленных на поддержание жизни и здоровья, осуществляемых до оказания медицинской помощи пострадавшим при несчастных случаях, травмах, отравлениях и других состояниях и заболеваниях, угрожающих их жизни и здоровью, участниками оказания первой помощи с целью устранения явлений, угрожающих жизни, а также предупреждения дальнейших повреждений и возможных осложнений [2].

В большинстве случаев первая помощь на месте происшествия занимает незначительный промежуток времени и ограничивается выполнением простейших медико-организационных мероприятий при жизнеугрожающих состояниях и заболеваниях лицами первого контакта с пострадавшим с последующей его передачей прибывшей бригаде СМП [2; 6]. Без оказания первой помощи в этот короткий промежуток времени пострадавший может потерять шанс на выживание в экстренной ситуации,

либо у него могут развиваться тяжелые нарушения в организме, существенно затрудняющие процесс дальнейшего лечения [2]. Поэтому эффективность правильных и безотлагательных мер по оказанию первой помощи на месте происшествия имеет едва ли не первостепенное значение в сохранении жизни и здоровья пострадавшего, особенно в отдаленной местности, нежели ожидания квалифицированной медицинской помощи, которая может быть оказана несвоевременно.

Требования, обеспечивающие безопасность жизни и здоровья туристов при совершении туристических путешествий в Беларуси регламентированы Законом Республики Беларусь от 11.11.2021 № 129-3 «О туризме» (Закон № 129-3) и ГОСТ 32611-2014 «Туристские услуги. Требования по обеспечению безопасности туристов», введенного в действие с 01.01.2016. Однако, в этих документах отсутствуют рекомендации по оказанию первой помощи пострадавшим туристам.

В случае возникновения чрезвычайных ситуаций в пределах территории РБ государство принимает меры по охране жизни и здоровья туристов на основании ч. 1 ст. 37 Закона № 129-3 [5]. Права иностранных граждан на доступное медицинское обслуживание, в том числе получение СМП, регулируется законодательством Республики Беларусь [3; 4], а также межправительственным Соглашением двух стран от 24.01.2006 о порядке оказания медицинской помощи гражданам РФ и РБ в стране пребывания [10].

Первую помощь в РБ вправе оказывать спасатели, сотрудники органов внутренних дел и иные физические лица, прошедшие обучение методам оказания первой помощи в силу статей 63 и 63¹ Закона № 2435-ХІІ [3]. Такая помощь возможна с применением аптечек первой помощи, утвержденных Постановлением Минздрава Республики Беларусь от 04.12.2014 № 80 [8]. К аптечкам первой помощи относятся: универсальная, бортовая, автомобильная. Перечень вложений, входящих в эти аптечки разный: первые две – содержат лекарственные препараты, последняя – нет. Исходя из этого, стоит брать во внимание, что у автотуристов «медицинский арсенал» скуднее, чем у людей, обращающихся к услугам туристических клубов. Однако стоит понимать, что лекарственные препараты должны использоваться только обученными первой помощи туристами. Но даже при этом, ряд лекарственных препаратов универсальной аптечки первой помощи предполагает их внутривенное введение, что относится к медицинским манипуляциям, проводимым в рамках лечебных мероприятий, осуществляемых медицинскими работниками. Данный факт может свидетельствовать о том, что комплектация аптечек первой помощи не учитывает степень подготовленности участников оказания первой помощи при отсутствии законодательно закреплённого объема самой первой помощи в РБ.

Данная ситуация отчетливо показывает, что при доступности медицинской помощи существует необходимость совершенствования законодательных норм оказания первой помощи на межправительственном уровне между РФ и РБ с целью обеспечения безопасности жизни и здоровья туристов в стране пребывания. Также следует особое внимание уделить подготовке туристических инструкторов в вопросах оказания первой помощи туристам, особенно при их нахождении на наиболее опасных туристических маршрутах по малозаселённым территориям Беларуси.

СПИСОК ИСТОЧНИКОВ:

1. География международного туризма: Страны СНГ и Балтии: учеб. пособие для студентов вузов по специальности «Менеджмент» (специализации «Менеджмент в сфере междунар. туризма») / авт.-сост. Л.М. Гайдукевич [и др.]. – Минск: Аверсэв, 2004. – С. 103-117.

2. Дежурный Л.И., Шойгу Ю.С., Гуменюк С.А. и др. Первая помощь: учебное пособие для лиц, обязанных и (или) имеющих право оказывать первую помощь. – М.: ФГБУ «ЦНИИОИЗ» МЗ РФ, 2018. – 97 с.

3. Закон Республики Беларусь от 18.06.1993 № 2435-ХІІ «О здравоохранении».

4. Закон Республики Беларусь от 04.01.2010 № 105-З «О правовом положении иностранных граждан и лиц без гражданства в Республике Беларусь».

5. Закон Республики Беларусь от 11.11.2021 № 129-З «О туризме».

6. Закурдаева А.Ю. Управление деятельностью по оказанию первой помощи: административно-правовой аспект. Автореф. дис. ... канд. юридич. наук. – М., 2015. – 27 с.

7. Межгосударственный стандарт ГОСТ 32611-2014 «Туристские услуги. Требования по обеспечению безопасности туристов».

8. Постановление Минздрава Республики Беларусь от 04.12.2014 № 80 «Об установлении перечней аптек первой помощи, аптек скорой медицинской помощи, вложений, входящих в эти аптеки, и определении порядка их комплектации».

9. Распоряжение Коллегии Евразийской экономической комиссии от 26.10.2021 № 175 «Об утверждении перечня евразийских транспортных коридоров и маршрутов».

10. Соглашение от 24.01.2006 между правительством Российской Федерации и правительством Республики Беларусь о порядке оказания медицинской помощи гражданам Российской Федерации в учреждениях здравоохранения Республики Беларусь и гражданам Республики Беларусь в учреждениях здравоохранения Российской Федерации.

11. Туризм и туристические ресурсы в Республике Беларусь: Статистический сборник. – Минск, 2019. – 76 с.

12. Указ Президента Республики Беларусь от 01.07.2021 № 251 «О безвизовом въезде и выезде иностранных граждан».

Л. А. ЛЮКЕВИЧ

Брест, БрГУ имени А.С. Пушкина

Научный руководитель – С. А. Заруцкий, канд. геогр. наук, доцент

ПРОИЗВОДСТВЕННЫЙ ТУРИЗМ КАК НАПРАВЛЕНИЕ ТУРИСТИЧЕСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

В настоящее время в контексте диверсификации туристических услуг большую популярность приобретает тематические экскурсии. Одной из таких форм является производственная экскурсия, которая позволяет познакомиться с особенностями технологического процесса и ассортиментом выпускаемой продукции определенного предприятия. Для большинства современных промышленных и сельскохозяйственных предприятий организация и проведение экскурсий является обязательным элементом их деятельности. Это делается в целях рекламы для увеличения продаж и оценки качества выпускаемой продукции посетителями.

В современном мире путешествие для человека стало не просто словом, а частью жизни. Ездить по разным городам и странам, узнавать что-то новое – значит развиваться. Конечно, человек не стоит на месте и с каждым разом хочет узнать все больше и больше. Таким образом, в туризме помимо уже существующих направлений начинают зарождаться новые. Одним из таких направлений является производственный туризм [1].

Люди посещают производственные экскурсии не только с культурно-развлекательными целями, они расширяют свой кругозор, получают новые полезные и интересные знания. Промышленный туризм является выгодным для двух сторон, так как в основном производственные туры «не бьют по карману» экскурсантов, но при этом являются достаточно прибыльными для производителей.

Производственный туризм – это организованное посещение действующих (или ранее действующих) предприятий с целью удовлетворения познавательных, профессионально-деловых и прочих потребностей [2]. Производственный туризм так же может называться индустриальным или промышленным. Такой вид туризма непосредственно проявляется в производственных экскурсиях. Данными экскурсиями могут интересоваться не только обычные туристы, но также люди разного пола,

возраста, уровня образования и так далее, и у каждого из них будет своя цель посещения того или иного предприятия.

Так, взрослые люди все больше и больше предпочитают поход на различные предприятия, чем привычные им «посиделки» в кафе, барах и других местах для развлечений. Интересно, что турист в такой экскурсии является не только наблюдателем, но и в какой-то степени участником производственного процесса. Промышленный туризм также может быть полезен для организаций, которые заинтересованы в продвижении своей продукции. Еще одним преимуществом является то, что объектами посещения становятся уже существующие предприятия, а значит не требуются дополнительные затраты.

К сожалению, в странах постсоветского пространства данный вид туризма только начинает развиваться. В то время как во многих европейских странах, а также в странах Северной Америки не принимать туристов на своих предприятиях считается дурным тоном.

Можно выделить ряд причин, по которым не все предприятия готовы показать свое производство людям:

- отсутствие людей, которые специализируются на организации таких экскурсий;
- небезопасность производства для неподготовленных групп туристов;
- отсутствие специальной инфраструктуры для принятия экскурсантов;
- нежелание отвлекать работников;
- желание скрыть от конкурентов секреты производственных процессов и т.п.

По количеству одновременно посещаемых объектов производственный туризм делится на: разовые экскурсии на предприятие и тематические туры. Экскурсия на предприятие – это организованное групповое посещение промышленного предприятия с познавательными целями. В среднем такая экскурсия занимает от часу, и заканчивается она в сувенирной лавке, где турист может приобрести товар от производителя. Примером таких экскурсий является посещение парфюмерных фабрик во Франции, завод по производству соуса «Табаско» в США, и многие другие. Тематические туры – это организованные групповые поездки с посещением двух или более организаций одного профиля, производство которых совпадает с тематикой самого тура. Продолжительность таких туров обычно состоит из 2 и более дней. Таким образом программа данной поездки состоит не только из производственных экскурсий, но и включает в себя размещение, питание и трансфер. Кроме этого могут включаться обзорные экскурсии по городу, а также посещение культурно-

развлекательных мероприятий и других объектов. Примерами таких тематических туров могут быть гастрономические туры в Швейцарию. Эта страна богата разными вкусами, например, шоколадом. Соответственно туристы могут выбрать для посещения определенные фабрики (Шоколатье Durig (Дюриг): мини-фабрика шоколада, Лозанна, регион Женевского озера, Фабрика Chocolat Ammann AG (Шоколад Амманн), Хаймберг, регион Берна и Бернского Оберланда, Шоколадная фабрика Lindt (Линдт), Кильхберг, Цюрих и другие), также выбрать гостиницы для ночевки и другие развлечения в том или ином городе. Таким образом и получается тематический тур.

По составу экскурсантов промышленный туризм можно разделить на:

1. Экскурсии для школьников. Организация регулярных экскурсий на предприятия для групп учащихся. Часто такие туры делаются не только в общепознавательных целях, но и в учебных или профориентационных целях.

2. Промышленные экскурсии для смешанных групп. Посещение организаций сборными группами туристов с познавательными целями.

3. Производственные экскурсии для профессионалов – это организация туров на ведущие предприятия той или иной отрасли промышленности для бизнесменов или специалистов отрасли с целью изучения особенностей и инноваций производства, получения опыта успешных организаций, поиска партнеров для бизнеса или объекта инвестирования. Примером такой экскурсии может служить визит на завод «Эйркрафт Индастриз» (г. Куновице, Чехия) делегации Оренбургской области с целью детального ознакомления с производством самолетов и обсуждением способов решения задач, связанных с эксплуатацией новой для региона техники [3].

Таким образом, производственный туризм является достаточно популярным в современном мире. На данный момент составлено множество разнообразных производственных экскурсий для всех слоев населения. Каждый может найти то, что придется ему по вкусу, начиная от самых маленьких и заканчивая самыми старшими. Опыт проведения производственных экскурсий встречается не только в Северной Америке или странах Европы, но и также на территории Республики Беларусь. При этом в Беларуси производственный туризм развит неплохо, есть много предприятий, которые с удовольствием открывают свои двери для туристов, но, конечно, нет предела совершенству и такой вид туризма продолжает развиваться еще больше. Производственная экскурсия предназначена для расширения знаний в определенной области, такие экскурсии помогают больше разобраться в выбранной профессии познакомиться с научными основами производственного процесса, составить представление о современном производстве.

СПИСОК ИСТОЧНИКОВ

1. Туризм, и все, что о нем нужно знать [Электронный ресурс]. – Режим доступа: zclub-caspian.ru — Дата доступа: 04.03.2022
2. Особенности развития промышленного туризма. Теоретические подходы к понятию промышленного туризма [Электронный ресурс]. – Режим доступа: vuzlit.ru – Дата доступа: 03.03.2022
3. Промышленный и индустриальный туризм [Электронный ресурс]. – Режим доступа: oldeem.ru – Дата доступа: 03.03.2022

А.А. МАСЛЯКОВА

Брест, БрГУ имени А.С. Пушкина

Научный руководитель – И.Л. Фёдорова, магистр геогр. наук, ст. преподаватель

ТУРИСТСКО-РЕКРЕАЦИОННЫЕ РЕСУРСЫ НОРВЕГИИ

На сегодняшний день туризм стал явлением, которое вошло в повседневную жизнь почти трети населения планеты. Культурное и природное наследие – это духовный, культурный, и социальный капитал великой ценности. Оно является главным основанием для национального уважения и признания. Скандинавский полуостров обладает уникальным ландшафтом, что играет большую роль в развитии туристической сферы.

Одной из привлекательнейших стран данной территории является Норвегия. Здесь сочетаются выгодное географическое положение и природный потенциал. Соединение уникальных ландшафтов и природы, создают хорошую перспективу в развитии современных видов туризма. И каждый уголок этой страны обладает большим количеством туристско-рекреационных ресурсов.

Королевство Норвегия – государство в Северной Европе, располагающееся в западной части Скандинавского полуострова и на огромном количестве прилегающих мелких островов, а также архипелаге Шпицберген, островах Ян-Майен и Медвежий в Северном Ледовитом океане. Большая часть населения Норвегии – этнические норвежцы, другая – люди, которые являются иммигрантами в первом поколении, либо имеют одного или двух родителей иностранного происхождения. Норвегия подразделяется на 19 фюльке (губерний), которые объединяются в 5 основных неофициальных регионов.

Западное побережье Норвегии знаменито фьордами, которые являются «визитной карточкой» Норвегии для многих туристов. Многие из фьордов узкие и глубокие, горы поднимаются прямо из воды, и огромное количество водопадов стекает с невероятных высот. Также можно увидеть и более

открытые фьорды, вдоль которых располагаются поселения людей, занимающихся рыболовством и сельским хозяйством, весьма преуспевающая в этом.

Кроме того, норвежские фьорды очень разнообразны. Летом можно сначала перейти на лыжах через ледник Фольгефонна, а затем искупаться в море. Есть места, где цветущие фруктовые деревья произрастают прямо рядом со снежными горными вершинами. Можно наслаждаться искусством природы, созерцая водопад, известный как Свадебная Фата, и одновременно инженерным искусством на извилистых дорогах Орлиный Путь и Тропа Троллей. Туристскую привлекательность имеют города Берген и Ставангер, где очаровательные деревянные домики существуют бок о бок с современной нефтяной индустрией.

Центральная Норвегия является важнейшей частью страны, связанной с её историей. Там располагается город Троннхейм, в Средние века именуемый Недарос, который на протяжении нескольких столетий являлся политическим, религиозным и торговым центром. Нидаросский собор – крупнейшее в Скандинавии средневековое сооружение – по праву гордится своими величественными скульптурами и красивыми витражами. Троннхейм известен своими деревянными постройками, самые старые из вытянулись вдоль гавани и реки. Оригинальная церковь построена на месте погребения Олава Святого, который признан также и на христианском Востоке. В конце XI в. в Новгороде существовала церковь Святого мученика Олафа, его образ однажды спас город от пожара. В житиях говорится, что первые чудеса Святой Олав совершал именно в Новгороде [1].

К востоку от Троннхейма расположился очень хорошо сохранившийся городок Рёрус, в котором находятся рудники. Этот город, в котором располагается уникальная церковь и несколько сотен прекрасных деревянных построек, включен в список Мирового наследия ЮНЕСКО.

Северная Норвегия находится за полярным кругом и знаменита удивительными горными образованиями, снежными вершинами, глубокими фьордами, пастбищами и болотами. Благодаря водам Гольфстрима, в Северной Норвегии мягкий климат. В Трумсё, который часто называют Северным Парижем, имеется возможность окунуться в ночную жизнь или отправиться на самый край Европы – мыс Нордкап.

Южная Норвегия отличается стабильно хорошей летней погодой. Там располагается огромное количество прибрежных курортов, регион обладает самобытной культурой. Маленькие города и поселки аккуратно располагаются вдоль побережья, часто огражденные скалистыми островами со стороны моря. Недалеко от побережья – горы и долины, пресноводные озера для рыбалки, успокаивающие леса и высокогорные болота. В фюльке Телемарк находится колыбель горнолыжного спуска – Моргедал, рядом с

которым есть возможность проплыть по Телемаркскому каналу. Канал получил высшую премию «Европа Ностра» за сохранность и реставрацию.

В Восточной Норвегии находится её столица – Осло. Это самая населенная часть страны. Здесь много возможностей для активного отдыха на свежем воздухе. Большая часть региона покрыта лесом, в многочисленных реках и озерах водится немало рыбы. Осло известен своей ночной жизнью, неформальными уличными кафе, широким выбором ресторанов и магазинов. Недалеко от столицы находятся живописные долины Нумедаль, Халлингдал, Эггедаль и Гудбраннсдален. Также нетрудно добраться до живописных деревушек на побережье и обширного нетронутого цивилизацией высокогорья [2].

Старинное зодчество также не оставит туриста равнодушным. Сохранившиеся до наших дней корабли викингов драккары, средневековые деревянные храмы – ставкирки, величественные каменные соборы и крепости отражают историческое прошлое страны.

В каждом городе Норвегии имеются свои культурные достопримечательности. В Осло – средневековая крепость Аркешус и городская ратуша, в Бергене – церковь Святой Девы Марии и старинный квартал Брюгген, в Тромсе – Арктический собор и возможность понаблюдать за китами, в Тронхейме находится королевская резиденция Стивсгарден – самый большой деревянный дворец в мире. Город Рерус – один из древнейших деревянных городов Европы, внесен в список мирового наследия ЮНЕСКО. Здесь все сохранилось в первозданном виде с XVIII века, а некоторые дома были построены в XII веке [3].

Таким образом, Норвегия обладает огромным количеством туристско-рекреационных ресурсов. Это страна с богатой историей, разнообразными природными ландшафтами, историко-архитектурными достопримечательностями, что позволяет развивать в стране огромное количество различных видов туризма.

СПИСОК ИСТОЧНИКОВ

1. Вокруг Света. Энциклопедия [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <https://www.vokrugsveta.ru/encyclopedia> /.- Дата доступа: 19.01.2022
2. Норвегия от А до Я / портал. – Режим доступа: www.norge-info.ru/ . – Дата доступа: 19.01.2022
3. Destinations – портал о туризме и путешествиях. – Режим доступа: www.destinations.ru/ . – Дата доступа: 19.01.2022

Д. А. МЕТЛА

Брест, БрГУ имени А.С. Пушкина

Научный руководитель – И.Л. Фёдорова, магистр геогр. наук,
ст. преподаватель

РОЛЬ ГОСУДАРСТВА В РАЗВИТИИ ТУРИЗМА В РЕСПУБЛИКЕ БЕЛАРУСЬ

Туризм всегда был неотъемлемой частью жизни людей. В процессе его развития, становления более массовым социальным явлением, возникают вопросы с регулированием и планированием данной деятельности.

В Республике Беларусь осознанное влияние на данную сферу пришло в послевоенные годы (1950-е – 1960-е гг.), когда количество передвижений людей из одной страны в другую стало набирать обороты. Именно тогда государство стало решать вопрос о регулировании данной сферы.

В стране существует специальная туристическая политика, которая регулирует деятельность сферы туризма, а это является одной из главных задач развития государства на современном этапе. Под ней следует понимать целенаправленное действие государственных и общественных организаций, которые занимаются разработкой мер экономического, социального, политического, информационного характера, направленных на развитие внутреннего и въездного туризма, а также дающие возможность повысить статус страны на международном уровне.

Начиная с 2000-х гг. в стране были созданы меры по активному развитию туризма. На данный момент действует Национальная Стратегия развития туризма в Республике Беларусь до 2035 года. Данный документ позволяет определить следующее:

- достигнуть поставленных целей эффективного функционирования туризма;
- определить приоритетные направления и показатели развития данной сферы.

Данная стратегия строится исходя из состояния сферы туризма в стране, анализа всех мировых тенденций, использования туристического потенциала страны и др. Реализация данной стратегии поможет в достижении целей развития туризма с помощью вклада в экономику страны, которая обеспечивает ее современное инновационное развитие и уровень конкурентоспособности.

В стране существует две правовые основы:

- Правовой основой для развития туризма стала Указа Президента Республики Беларусь № 371 «О некоторых мерах государственной

поддержки развития туризма в Республике Беларусь». Согласно данному документу, такие услуги как реализация внутреннего и въездного туризма освобождаются от уплаты НДС, экскурсионная деятельность – от налога на прибыль.

- Второй документ - № 372 «О мерах по развитию агроэкотуризма в Республике Беларусь», согласно которому в стране должна быть прогрессивная нормативная база, содействующая развитию агроэкотуризма. Все владельцы агроусадеб, на основании данного документа, должны провести одноразовую оплату в размере одной базовой величины в год.

Создание привлекательной нормативной базы в сфере агротуризма имеет значительные показатели. С 2006 года, где количество «сельских домиков» по стране достигало лишь 34, то к началу 2021 года их число составило почти 3000 (рисунок 1).

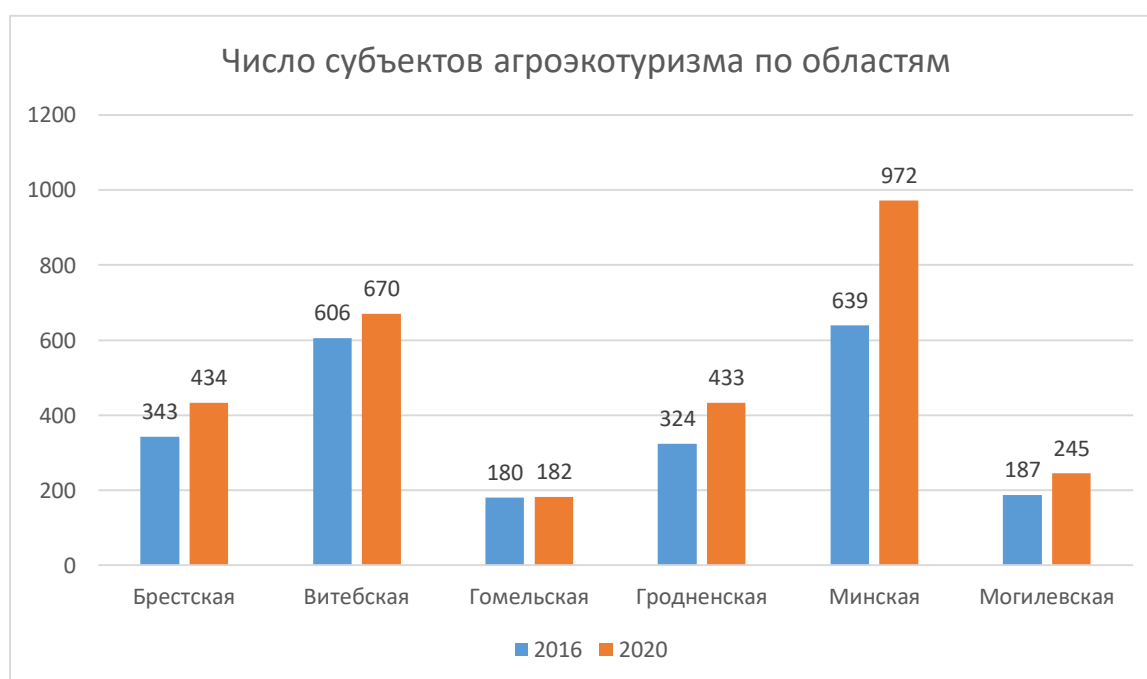


Рисунок 1. – Число субъектов агроэкотуризма по областям Республики Беларусь на 2016 г. и 2020 г.

Помимо этих документов, стоит также отметить политику визового режима, проводимую государством, которая поможет упростить пребывание иностранных граждан на территории Республики Беларусь.

Государственное регулирование в сфере туризма осуществляется Президентом Республики Беларусь, Парламентом Республики Беларусь, Советом Министров Республики Беларусь, Министерством спорта и

туризма Республики Беларусь, местными Советами депутатов, исполнительными и распорядительными органами.

В Республике Беларусь есть Государственный кадастр туристических ресурсов – информационная система, которая содержит сведения о туристических ресурсах, показывает их научную и культурную ценность. Они имеют ряд своих характеристик:

- привлекательность для туристов;
- рекреационная ценность (возможность пользования объектом для отдыха);
- известность;
- сохранность (состояние объекта);
- месторасположение (расстояние до объекта, удобство подъезда к нему, пригодность дороги для передвижения автотранспорта).

Существует также региональная туристическая политика, которая направлена непосредственно на развитие внутреннего и въездного туризма, отвечает за повышение значимости региона. В ее основу входит создание специализированной структуры управления туризмом, создание конкурентоспособного продукта, решение вопросов по удовлетворению спроса населения на туристические услуги, а также развитие индустрии на основе всех мировых стандартов.

Стоит отметить, что без поддержки и участия государства в сфере туризма, было бы сложно достичь того, что есть на данном этапе. Все нормативно-правовые документы лишь помогают усовершенствовать данную сферу, созданы специальные структуры для подготовки высококвалифицированных кадров.

С наступлением 2020 г. в данной сфере происходит большой «переворот», а именно наступление кризиса, которое было вызвано всем известной пандемией COVID-19. Следствием стало почти полное отсутствие туристических потоков, как в страну, так и за ее пределы; приостановили и свою работу многие субъекты данной сферы. Именно поэтому, главной задачей сейчас является адаптирование к нынешней сложной ситуации с пандемией, выход из кризиса, а также приложить все усилия на создание привлекательного имиджа страны.

СПИСОК ИСТОЧНИКОВ

1.Национальная туристическая индустрия [Электронный ресурс]. // Режим доступа: <http://giprosvjaz.by/ru/news/nacionalnaya-turisticheskaya-industriya--1351> – Дата доступа: 17.02.2022

2.Государственная программа «Беларусь Гостеприимная» [Электронный ресурс]. // Режим доступа: <https://www.sportedu.by/wp->

content/uploads/2017/11/Gosprogramma-Belarus-gostepriimnaya-na-2021-2025-gody.pdf - Дата доступа: 17.02.2022

3. Национальная стратегия развития туризма в Республике Беларусь до 2035 года [Электронный ресурс]. // Режим доступа: <https://www.belarustourism.by/news> – Дата доступа: 17.02.2022

4. Медведева, И.В. Туризм и туристические ресурсы в Республике Беларусь / И.В. Медведева / Буклет // Национальный статистический комитет Республики Беларусь, 2020 // Минск 2020 – с. 31

5. Медведева, И.В. Туризм и туристические ресурсы в Республике Беларусь / И.В.Медведева / Статистический сборник // Национальный статистический комитет Республики Беларусь, 2019 // Минск 2019 – с.57.

Д. Л. МАЗЛУМЯН

Гродно, ГрГУ им. Янки Купалы

Научный руководитель – С.В. Чувак, магистр экономики и управления

ВСЕМИРНЫЙ ДЕНЬ ТУРИЗМА КАК ИНДИКАТОР РАЗВИТИЯ МЕЖДУНАРОДНОЙ ТУРИСТИЧЕСКОЙ ИНДУСТРИИ

Всемирный день туризма (World Tourism Day) учрежден Генеральной ассамблеей Всемирной туристической организации, (The World Tourism Organization, UNWTO) и отмечается ежегодно 27 сентября. Эта дата была выбрана в связи с тем, что в этот день в 1970 году был принят Устав Всемирной туристской организации.

Праздник отмечается в большинстве стран мира вот уже более 40 лет. Одна из основополагающих его традиций – лозунг, который постоянно меняется.

На своей шестьдесят шестой сессии (24 сентября 2001, Сеул, Республика Корея), было решено, что выбор государства-организатора Всемирного дня туризма (далее по тексту ВДТ) должен проводиться по очереди среди членов шести региональных Комиссий в целях соблюдения принципа справедливой географической ротации. Было решено установить следующий порядок, начиная с 2006 года: Европа; Южная Азия; Американский регион; Африка, Восточноазиатский и Тихоокеанский регионы, Ближний Восток. В последующие годы полный цикл должен повториться.

Количество официальных празднований ВДТ по регионам UNTWO с 2006 по 2021 год представлено в виде Таблицы 1.

Таблица 1 – Количество официальных празднований Всемирного дня туризма по регионам UNTWO с 2006 по 2021 год

	Африка	Америка	Европа	Ближний Восток	Азиатско-Тихоокеанский
Количество официальных празднований Всемирного дня туризма	3	3	3	2	5

Источник: разработка автора на основании источников [1, 3]

Согласно данным, представленным в таблице 1, Азиатско-Тихоокеанский регион принимал наибольшее количество официальных празднований ВДТ. Для этого было несколько причин: этот макрорегион велик и чрезвычайно разнообразен по формам развития туризма, а также до 2020 года демонстрировал самые быстрые темпы развития туристической индустрии. А на Ближнем Востоке прямо противоположная ситуация, из-за того, что он включает в себя наименьшее количество стран (14). Развитию туризма в этом регионе препятствуют военные действия в Ираке, Сирии и Афганистане, а также повышенный уровень террористической опасности.

Все страны-организаторы имеют возможность наладить новые дипломатические связи, а также развить свой туристический сектор. Выбор страны, организующей у себя официальное празднование, зависит от её туристического потенциала, чтобы популяризировать её у туристов во всём мире. Каждый год страна, одного из шести регионов, выполняет обязанности организации праздника. Однако, впервые в истории ВДТ, в 2020 г. официальное празднование было организовано группой стран, а не одним государством-членом UNWTO. Это было сделано, чтобы отразить потребность в международной солидарности и сотрудничестве.

День туризма – это не просто праздник, это возможность обсудить существенные вопросы, касающиеся туристической сферы. Такие самые актуальные проблемы развития индустрии реализуются в девизе-слогане. Девиз ВДТ отражает проблему, которую следует решить для благоприятного развития туризма и расширения его положительного влияния на различные сферы жизни.

Туризм – это совокупность отраслей мировой экономики, которые полностью учитывают её текущие и будущие экономические, социальные и экологические последствия, удовлетворяют потребности посетителей, промышленности, окружающей среды и принимающих сообществ. Поэтому с 2006 года ВДТ были посвящены различным аспектам устойчивости туристической отрасли.

Соответствие целей в области устойчивого развития и ВДТ с 2006 по 2021 год представлено в виде Таблицы 2.

Таблица 2 - Цели устойчивого развития и ВДТ с 2006 по 2021 год

Цели в области устойчивого туризма	Девиз Всемирного дня туризма
ЦУР 16: Мирная справедливость и сильные институты	Туризм обогащает, 2006 год
ЦУР 5: Гендерное равенство	«Туризм открывает двери для женщин», 2007 год
ЦУР 13: Борьба с изменением климата	«Туризм: ответ на вызов изменения климата», 2008 год
ЦУР 15: Сохранение экосистем суши Цель 14: Сохранение морских экосистем	Празднование разнообразия, 2009 год «Туризм и биоразнообразие», 2010 год
ЦУР 7: Недорогостоящая и чистая энергия	«Туризм и устойчивая энергетика: обеспечение устойчивого развития», 2012 год
ЦУР 16: Чистая вода и гигиена	«Туризм и водные ресурсы: на страже нашего общего будущего», 2013 год
ЦУР 11: Устойчивые города и сообщества	«Туризм и развитие сообществ», 2014 год
ЦУР 17: Партнерство для достижения целей	«1 миллиард туристов – 1 миллиард возможностей», 2015 год «Доступный туризм для всех», 2016 год «Устойчивый туризм – инструмент развития», 2017 год
ЦУР 9: Инновации и инфраструктура	«Устойчивое развитие и цифровая трансформация туризма», 2018 год
ЦУР 8: Достойная работа и экономический рост	«Туризм и рабочие места: лучшее будущее для всех», 2019 год «Туризм и развитие сельских регионов», 2020 год

Источник: разработка автора на основании источников [1, 2, 3]

Согласно данным, представленным в таблице 2, туризм играет важную роль в устойчивом развитии экономики, борьбе с бедностью, решении целого ряда вопросов в области образования, здравоохранения, социальной защиты и трудоустройства. Способствует развитию более тесных контактов между представителями разных стран и регионов мира, а также борьбе с изменением климата и защите окружающей среды.

Последние два года туризм переживает не лучшие времена. Пандемия, экономические и политические проблемы не позволяют отрасли развиваться в полную силу. Поэтому в 2022 году планируется полная перезагрузка понятия «туризм». Тема ВДТ 2022 года — «Переосмыслить туризм». Этот девиз призывает использовать вынужденную паузу, чтобы не просто восстановиться после кризиса, но и выйти из него лучше и

устойчивее. Следуя установленному порядку, страной-организатором Всемирного дня туризма-2022 будет Бали, Индонезия.

СПИСОК ИСТОЧНИКОВ

1. Join us on the 2030 Journey [Electronic resource] // UNWTO. - Mode of access: <https://www.unwto.org/tourism4sdgs>. - Date of access: 12.03.2022
2. The T4SDG Platform [Electronic resource] // UNWTO. - Mode of access: <https://www.unwto.org/world-tourism-day>. - Date of access: 12.03.2022
3. World tourism day celebration [Electronic resource] // UNWTO. - Mode of access: <https://www.un.org/sustainabledevelopment/ru/sustainable-development-goals> - Date of access: 12.03.2022.

Д. В. РАДЗЕВИЧ

Брест, БрГУ имени А.С. Пушкина

Научный руководитель – И.Л. Фёдорова, магистр геогр. наук, ст. преподаватель

АНАЛИЗ ТУРИСТСКОГО СПРОСА НАСЕЛЕНИЯ БЕЛАРУСИ В УСЛОВИЯХ ПАНДЕМИИ

В настоящее время туристический рынок Республики Беларусь демонстрирует падение, так как ввиду пандемии COVID-19 международный рынок туристических услуг оказался в условиях кризиса. Снизилась объемы туристических потоков в пределах внутреннего и внешнего туризма. Тем не менее, спрос на туристические услуги есть, но претерпел изменения.

Необходимо отметить факторы и условия, влияющие на туристический спрос. Ведь именно они являются определяющими при выборе того или иного туристического продукта. Туристический спрос формируется при условиях специфического уровня и стиля жизни населения, а ритмика колебаний задается ресурсными условиями территории. Среди основных экономических факторов, оказывающих влияние на спрос, являются доходы покупателей, инфляционные ожидания, экономическая политика государства и цены блага.

Так же выделяются субъективные социально-демографические факторы: этно-религиозная принадлежность, пол и возраст, семейное положение и количество детей, социальная категория, наличие свободного времени, мода и другие.

В настоящее время наибольшее влияние на развитие туризма и на туристический спрос оказывают медико-санитарные и политические факторы. В связи с закрытием границ многих стран из-за пандемии, изменения условий въезда и выезда, произошла переориентация рынка на

внутренний туризм. Количество выехавших туристов на 2020 год составила 258 616 человек, что в 3,8 раз меньше, чем в 2019 году (рисунок 1). В 2020 году сохранили «лидерские» позиции по числу выезжающих белорусских туристов традиционные направления – Египет и Турция. Это связано в первую очередь с небольшим временем перелета и возможностью вылета из многих городов, не столь жесткими въездными правилами, ценовой политикой, отсутствием переплат за дополнительные ПЦР-тесты, выгодными пакетами «все включено». В этом случае оказывают влияние непосредственно экономические факторы: доходы покупателей, цены блага и предпочтения. Если брать среднюю возрастную группу, то по большей части это семейные пары с детьми, для которых в приоритете стоят комфорт и безопасность. Турецкие и Египетские отели с системой «Все включено» и предпринятыми мерами безопасности в связи с эпидемиологической обстановкой, закрывают обе потребности.

Таблица 1 – Численность туристов и экскурсантов – граждан РБ, выехавших за границу с 2016 г. по 2020 г., чел. (составлено по [1])

	2016	2017	2018	2019	2020
Всего туристов и экскурсантов	495 727	727 536	850 724	982 935	258 616
Египет	41 929	123 814	211 962	258 715	115 302
Турция	57 735	140 159	151 393	155 700	62 556
Украина	45 919	91 234	122 137	146 981	12 248
Польша	40 799	36 187	30 245	28 367	10 925
Черногория	17 761	19 402	16 188	17 254	10 305
Албания	25	1 347	2 591	3 985	7 686
Российская Федерация	71 503	46 736	47 033	61 530	6 015
Литва	16 226	14 814	15 067	18 249	4 267
Тунис	1 901	3 792	7 033	25 752	4 230
Объединенные Арабские Эмираты	3 895	4 973	5 529	8 287	2 911
Вьетнам	4 856	4 945	4 776	5 901	1 805
Чехия	13 819	15 639	16 031	15 254	1 779
Таиланд	4 122	6 745	5 547	5 017	1 539
Болгария	58 745	62 356	49 821	48 424	1 342
Индия	3 822	5 029	2 086	2 411	1 268

Что касается внутреннего туризма, то статистика показала снижение численности организованных туристов и экскурсантов – граждан Республики Беларусь, отправленных по маршрутам тура в пределах территории Республики Беларусь в 1,9 раза (с 1106,9 до 571,9 человек), что в 2 раза ниже показателя снижения численности организованных туристов и экскурсантов, выехавших за границу. При этом средняя

продолжительность пребывания туристов в Республике Беларусь увеличилась с 4 до 6 дней.

Наибольшей популярностью пользуются такие направления, как санаторно-курортный отдых и агроэкотуризм. В случае с санаторно-курортным отдыхом, это объясняется тем, что, люди нуждаются в восстановлении после COVID-19, лечении хронических заболеваний, общем оздоровлении и укреплении физических и духовных сил. В основном большая часть санаториев расположена в сосновых борах, на берегах рек и озер, что уже является одним из благоприятных условий оздоровления. Умеренно-континентальный климат Беларуси, с мягкой и влажной зимой и теплым летом так же располагает к отдыху и оздоровлению здесь круглый год. Большим преимуществом является то, что многие здравницы подходят и для полноценного семейного отдыха.

Что касается агроэкотуризма, то данное направление не теряет своей актуальности и активно развивается. Растет количество субъектов агроэкотуризма, так как спрос рождает предложение. Как показывает опыт, люди чаще выбирают агроусадьбы в качестве мест отдыха выходного дня, для организации каких-либо торжеств и праздников. Это дает возможность социального дистанцирования. Повышенный спрос продиктован неблагоприятной эпидемиологической обстановкой как в Беларуси, так и в мире. Ввиду закрытия границ многих стран и проблематичности отдыха за рубежом туристы сконцентрировались на возможностях отдыха внутри страны на водно-рекреационных объектах. Более того, немаловажную роль играют такие факторы, как мода и экологические обстоятельства. Большая часть населения живет и работает в городах, в которых недостаточно зеленых насаждений, а выбросы в атмосферу с каждым годом увеличиваются. Также постоянная суета и много людей вокруг, в совокупности сказываются на общем моральном состоянии и вызывают желание отдохнуть «подальше от цивилизации». Однако, судя по отзывам на некоторые агроусадьбы, не все туристы довольны как качеством предоставляемых услуг, так и ценой на них, отсутствием инфраструктуры и уровнем сервиса. Но так как с каждым годом появляется все больше субъектов агроэкотуризма, конкуренция между ними соответственно растет, что дает толчок для повышения качества предоставляемых услуг.

Анализ показал, что на данный момент высоким туристским спросом среди лиц среднего возраста пользуются направления, дающие возможность наиболее комфортного и безопасного отдыха как семейного, так и индивидуального, а именно агроэкотуризм, лечебно-оздоровительный туризм внутри страны и «традиционные направления» внешнего туризма – Египет и Турция.

СПИСОК ИСТОЧНИКОВ

1. Туризм и туристические ресурсы в Республике Беларусь [Электронный ресурс]. Режим доступа : <https://www.belstat.gov.by/> – Дата доступа: 18.02.2022

Д. А. ТОЛОЛО

Гродно , ГрГУ им.Янки Купалы

Научный руководитель – Т.Н. Боярчук, ст. преподаватель

ПРОБЛЕМЫ И ОСОБЕННОСТИ РАЗВИТИЯ МОЛОДЁЖОГО ТУРИЗМА В РЕСПУБЛИКЕ БЕЛАРУСЬ

Молодёжный туризм, довольно эффективно развивающийся в странах Западной Европы, в настоящее время поучает свою популярность и необходимость развития среди молодого поколения Беларуси. Несмотря на определённые сложности и трудности, связанные в настоящее время с эпидемиологической ситуацией, вызванной COVID-19, отечественная туристическая индустрия получает своё развитие в связи с повышенным интересом современного поколения к познанию регионального культурно-исторического потенциала страны, организации своего досуга, саморазвитию и, в целом, проведении свободного времени в окружении своих сверстников.

«Молодёжный туризм – это особый вид путешествий, когда молодые люди отдыхают индивидуально или коллективно, объединены общей целью познания мира и проведения досуга» [1, с. 86]. Наибольшей популярностью у молодых путешественников пользуются такие виды туризма как: познавательный, событийный, спортивно-оздоровительный, в том числе, с активными способами передвижения – лечебный, горнолыжный, фестиваль, экологический, учебный. Молодёжный туризм может быть как организованным, в случае если путешествие организовано учреждениями образования, культуры и досуга, туристическими предприятиями, так и неорганизованным как самостоятельный вид отдыха [2, с. 74]. Тем самым, необходимо различать индивидуальные и групповые формы молодёжного туризма.

Современный отечественный рынок туризма испытывает определённые трудности и может быть охарактеризован как неустойчивый и недостаточно развитый для эффективного осуществления молодёжных туров с приемлемым соотношением «цена – качество». Учитывая не всегда высокие доходы молодых людей и в тоже время потребность современной молодёжи в комфортности услуг и высокого уровня туристической

инфраструктуры, существует ряд проблем в реализации молодёжного туризма.

Основным препятствием становятся высокие цены туров, которые вызывают финансовые трудности у белорусской молодежи. В большинстве случаев, современная молодежь, не имея существенных доходов, сильно зависима от материальных возможностей своих родителей и находится под их влиянием при выборе туров в реализации своего досуга. Вторая причина, которая сдерживает развитие молодёжного туризма в Беларуси – это ограниченность туристического продукта по своему содержанию, удовлетворяющему интересам и потребностям молодого поколения.

Тем не менее, в Беларуси для развития отечественного туристического рынка в настоящее время существует значительное количество различных познавательных, культурных, спортивных, рекреационных объектов как регионального, местного, так и национального и даже мирового значения, которые представляют интерес для молодого поколения. Наиболее популярными и известными среди них являются уникальные природные ресурсы Беларуси (Августовский канал, Национальный парк – Беловежская пуща, Нарочанский край и Браславские озера); богатая замковая архитектура (Старый и Новый замки в г. Гродно, замковый комплекс «Мир», архитектурно-культурный комплекс Радзивиллов в г. Несвиж, замки в Лиде, Новогрудке, Ружанах), наследие сакральной архитектуры (Каложская церковь, Фарный костёл св. Ксаверия в Гродно, Софийский собор в Полоцке и др.), спортивные комплексы (Силичи, Логойск, Раубичи). Тем самым среди перспективных направлений развития молодёжного туризма в Республике Беларусь необходимо отметить достаточно большой потенциал и возможность для молодого поколения познакомиться с ее достопримечательностями.

При этом необходимо отметить, что сейчас молодых туристов не привлечёшь обыденными экскурсиями со скучным изложением, им нужно самим побывать в том далеком прошлом, ощутить дух той эпохи, о которой им рассказывают экскурсоводы. Для становления и дальнейшей привлекательности маршрутов современному поколению туристов необходимо использование инновационных технологий. И это касается экскурсионного обслуживания, в частности использование мобильных приложений и путеводителей, что, несомненно, упрощает работу экскурсовода, а экскурсантам даёт возможность в наиболее комфортной форме получить современную туристическую услугу.

Так, в Минске созданы и уже реализуются туристические проекты благодаря технологиям виртуальной реальности, которые дают возможность посетителям экспозиции исторического музея получить возможность увидеть художественно восстановленные замки Беларуси

(Кревский и Гольшанский) и ощутить «эффект присутствия» во время их расцвета в XV–XVII вв. В процессе 3D-реконструкции за ее основу берутся старинные изображения, архивные тексты, научные публикации, данные раскопок для создания завершённого образа историко-культурного наследия Беларуси [3].

Кроме этого в реализации молодёжных туров по Беларуси можно не только увидеть и посетить исторические и культурные достопримечательности посредством виртуальной реальности, но и побывать в качестве участников крупных молодёжных фестивалей. В Республике Беларусь большую популярность получили молодёжные фестивали, такие как «Наш Грунвальд», «А-fest», «Viva Braslav», где принимают участие туристы разных возрастов, в том числе и молодёжь [4].

Таким образом, молодёжь как сегмент рынка обладает особыми возможностями, такими как мобильность, выносливость, самостоятельность во время путешествий, желание путешествовать как можно чаще, что и отличает её от других сегментов рынка. Тем самым, для развития отечественной туристической индустрии важно, что через различные формы туризма у молодежи формируется общее представление о единстве духовно-культурного пространства своей страны, а также чувство гордости за ее богатое природное и историко-культурное наследие. Молодежный туризм является одним из наиболее динамично развивающихся направлений туристической индустрии страны, потому способствует увеличению ресурсного потенциала дестинации в целом. Повышение уровня знаний о нашей стране у молодого поколения вместе с использованием новых ИТ-технологий позволит повысить популярность нашей страны в глазах современной молодёжи Беларуси.

На сегодняшний день изучение и развитие молодежного туризма является весьма актуальным. В первую очередь это подтверждается тем, что молодое поколение всегда стремится к познанию нового и уникального. У молодых людей есть возможность не только познакомиться с историко-культурным наследием своего региона, но и установить коммуникативные связи и отношения на уровне формального и неформального общения со сверстниками, а также способствовать формированию ценностных ориентаций и предпочтений, нравственному воспитанию современного молодого поколения. Необходимо отметить, что у молодежного туризма есть все необходимые перспективы для его реализации, что непосредственно повлияет на развитие туризма и создание конкурентоспособного продукта в Республике Беларусь.

СПИСОК ИСТОЧНИКОВ

1. Биржаков, М.Б. Введение в туризм: учебное пособие / М. Б. Биржаков – Санкт-Петербург: ГЕРДА, 2014. –544 с.
2. Ермаченкова, А. В. Международный молодежный туризм / А. В. Ермаченкова // Сборник работ 65-ой научной конференции студентов и аспирантов Белорусского государственного университета. В 3 ч. Ч. 1. – Минск: БГУ, 2008. – С. 74-77
3. Молодежный туризм // Путешествуй с нами [Электронный ресурс] / Режим доступа: http://www.travel-fonsite.ru/molodezhnyi_turizm.html – Дата доступа: 28.03.2022.
4. Молодежный туризм в Беларуси: развитие перспективных направлений [Электронный ресурс] // Туристический сервис – ТИО.БҮ. – Режим доступа: <https://www.tio.by/info/novosti/god-molodezhnogo-turizma-podoshel-k-konczu-cto-on-prines-yunym-uteshestvennikam/>. Дата доступа: 01.03.2022

РАЗДЕЛ 2. РЕГИОНАЛЬНЫЙ ТУРИЗМ И РЕКРЕАЦИЯ

В. В. ВАРИЩКАЯ

Брест, БрГУ имени А.С. Пушкина

Научный руководитель – С. А. Заруцкий, канд. геогр. наук, доцент

ТУРИСТСКО-РЕКРЕАЦИОННЫЕ РЕСУРСЫ БРЕСТСКОГО РАЙОНА

Туризм в современном мире играет все большую роль в мировой экономике. По данным Всемирной Туристской организации (ВТО) он обеспечивает десятую часть мирового валового национального продукта, свыше 11% международных инвестиций, каждое 16-е рабочее место в мировом производстве [1]. В настоящее время мировой экономический кризис оказал негативное влияние на развитие туризма во многих странах мира. Беларусь в их числе. Но надо надеяться, что негативные процессы уйдут в прошлое, и мировой туристский бизнес будет успешно развиваться. Ожидается, что в будущем рост туризма произойдет за счет появления новых посещаемых территорий.

Республика Беларусь и Брестский регион в частности имеют уникальную возможность занять свою нишу на мировом туристском рынке. Брестский район имеет большой потенциал для развития туризма. Освоение новых туристических маршрутов может привлечь в регион дополнительные инвестиции, а также будет способствовать созданию новых рабочих мест. Природные и культурно-рекреационные ресурсы Брестского района в настоящее время используются недостаточно [3].

Брестский район расположен в юго-западной части Беларуси, на границе с Польшей и Украиной. Основная часть территории района – равнинная, с небольшими возвышенностями. Большая его часть (85%) расположена в пределах Брестского Полесья [2]. Климат района – умеренно-континентальный, мягкий, с умеренно теплым летом и нехолодной зимой. Средняя температура июля составляет +18,8 °С, января – -4,4°С. Осадков за год выпадает примерно 610 мм.

Самая крупная река, протекающая по району – Западный Буг с притоками Лесная, Мухавец, Копаявка и другие. На территории Брестского района много озер, крупнейшие из них – Рогознянское, Белое, Селяхи, Черное, Тайное, Страдечское, Меднянское.

Треть территории района занято под лесами. Преобладают сосновые леса (73% лесного фонда района). Крупные лесные массивы – Тельминский, Мухавецкий, Белоозеровский. Болота занимают 4,4 тысяч га. [4].

Богатая природа и множество исторических объектов делают Брестский район перспективным для развития различных видов туризма: экологического, приграничного, транзитного и этнографического.

Наличие в районе лечебных грязей, минеральных источников, большие массивы сосновых лесов, чистая, прозрачная вода озер создали прекрасные условия для лечения и отдыха. Вблизи озер Белое, Рогознянское и Селяхи функционируют более десяти баз отдыха, которые предлагают отдыхающим разнообразные услуги, как для взрослых, так и для детей.



Рисунок 1 – Белое озеро

Отдыхающие на озерах могут посетить музей космонавтики в д. Томашовка, а в д. Медно – этнографический музей.

Интересный туристский проект реализуется в д. Тюхиничи. Он осуществляется в рамках реализации программы развития инфраструктуры придорожного сервиса. Здесь строится корчма на 60 мест, пять гостиничных домиков, баня, площадки для конной выездки, спортивные площадки.

В деревне Скоки ведутся реставрационные работы на усадьбе Немцевичей. Для транзитных туристов в деревне Тельмы, Чернавчицы, Черни, Остромечево, поселке Мухавец создаются мини-гостиницы и мини-кофе.

На территории района в сфере агроэкотуризма зарегистрировано много агроусадьб. Наиболее известные из них находятся в Тюхиничах, Чернях, Чернавчицах, Збунине.

В приграничном районе Полесья расположен ландшафтный заказник республиканского значения «Прибужское Полесье». Он включен в список Всемирного объединения биосферных резерватов. Площадь заказника 7950 га. Он характерен своими хвойными лесами, и крайне редкими заливными лугами. Живописные места заказника славятся также большим

разнообразием растительного и животного мира. Здесь произрастают более 20 видов растений, которые занесены в Красную Книгу Беларуси. В их числе белорусская орхидея – венерин башмачок и королевский папоротник. И здесь же находится самая южная точка произрастания таёжного растения – берёзы низкой. На территории заказника встречается более 40 видов животных, занесённых в Красную Книгу. Это популяции летучих мышей, ночница Брандта, серый ушан и другие. Территория заказника – мало преобразованный природный комплекс.

Для активного отдыха разработаны пешие и велосипедные маршруты, а также экологические тропы. Организуются водные прогулки по озерам заказника.

Живописная природа, удобное транспортное расположение, покрытие территории основными операторами мобильной связи Беларуси, а вдоль границы и польскими операторами, делает удобным и приятным отдых на территории заказника «Прибужское Полесье».



Рисунок 2 – Биосферный резерват «Прибужское Полесье»

В настоящее время в Брестском районе ведутся работы по созданию инфраструктуры 5 новых туристических маршрутов, многие из которых могут стать структурными элементами областных, республиканских и международных маршрутов [2].

Также на территории района в настоящее время действуют три заказника местного значения: «Бугский» (7567 га), «Брестский» (65 га), «Барбастолла», в которых разработаны интересные туристические маршруты [2].



Рисунок 3 – Заказник «Бугский»

Разнообразная и красивая нетронутая природа, богатый животный и растительный мир Брестского региона привлекает сюда ценителей тихого и спокойного отдыха – экотуристов. Экотуризм позволяет человеку сочетать активный отдых с познанием проблем окружающей среды. Увеличение числа субъектов агротуризма, которые не только предоставят питание и ночлег, но и обеспечивают разнообразный и познавательный досуг туристов, будут способствовать увеличению потока туристов.

СПИСОК ИСТОЧНИКОВ

1. Александрова А. Ю. Структура туристского рынка: учеб. пособие для вузов. – М.: Соло-Пресс, 2002. – 321 с.
2. Брестский район // Брестчина производит, предлагает, приглашает [Электронный ресурс]. – Брест, 2022. – Режим доступа: <https://www.brestobl.com/gorod/regbr/2tur.html>. Дата доступа: 10.03.2022.
3. Национальная программа развития туризма Республики Беларусь на 2005-2010 годы. - Минск: Министерство спорта и туризма РБ, 2005. – 30 с.

А. Ю. ВАСИЛЕЧКО

Брест, БрГУ имени А.С. Пушкина

Научный руководитель – С.А. Заруцкий, канд. геогр. наук, доцент

ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ ЗАМКОВОГО ТУРИЗМА В ЛЬВОВСКОЙ ОБЛАСТИ

Одним из многих потенциально прибыльных направлений развития глобальной туристической индустрии является замковый туризм, в основе которого лежит использование объектов фортификационного зодчества.

По данным ЮНВТО, более 67% замков стран Европы сейчас удачно эксплуатируются как в туристической сфере, так и в гостиничном деле [1].

В наше время замково-гостиничный бизнес признан одним из самых рентабельных направлений использования фортификационных памятников прошлого. Так, к примеру, жителям европейских стран присуще желание провести уик-энд в сохранившемся до наших времён средневековом замке, лично продегустировать все те блюда, которые подавались известным монархам и увидеть воочию, как проходили рыцарские бои. Стоит отметить, что даже самые известные монаршие семьи Европы, проживающие в родовых замках, рядом с личными апартаментами планируют или уже отвели часть своих владений под гостиничные номера для гостей и туристов.

Замковое зодчество Украины очень тесно связано с европейской историей и королевскими дворами, поскольку на украинских поприщах замки и крепости массово возводились в 14–17 вв., активно превращаясь из дворцов с элементами итальянского барокко во дворцы со стилистикой, которая характерна для изысканного классицизма конца 18 века [2].

Немало для того, чтобы туристическая привлекательность замков возрастала, делают специалисты по разработке экскурсионно-туристических маршрутов коммерческого, образовательного и познавательного значения. Уже сейчас во многих открытых для туристов замках организуют экспозиции, а под открытым небом – театрализованные фестивали, рыцарские соревнования и анимационные шоу. На всей территории страны действует национальная система туристско-экскурсионных маршрутов, которая на протяжении многих лет пользуется огромным спросом среди граждан Украины и иностранных туристов. В Львовской области таким маршрутом можно назвать «Золотую подкову».

«Золотая подкова» – это один из самых прибыльных маршрутов по замкам западной Украины, предлагаемый львовскими туристическими фирмами тем туристам, которые проявляют заинтересованность в посещении памятников замкового зодчества. В маршрут входит посещение Олесского, Подгорецкого, Сверхского и Золочевского замков [3].

Олесский замок – это выдающийся памятник архитектуры и истории 12–18 вв. После реставрации 1965–1975 гг. в замке был создан музей-заповедник Львовской галереи искусств (рисунок 1).



Рисунок 1 – Олесский замок

Подгорецкий замок – это европейская жемчужина фортификационной архитектуры. Это первый венецианский замок на территории центральной Европы. Подгорецкий замок открыт для туристов и является филиалом Львовской галереи искусств (рисунок 2).



Рисунок 2 – Подгорецкий замок

Свиржский замок – один из самых посещаемых замков Львовщины. Официально замок принадлежит Союзу архитекторов Украины, которые лично занимаются благоустройством замка и территории вокруг него.



Рисунок 3 – Свиржский замок

Золочевский замок был построен в первой половине 17 века и является достопримечательностью Позднего Ренессанса. Сейчас замок находится под опекой Львовской галереи искусств.



Рисунок 4 – Золочевский замок

Кроме того, туристически привлекательными являются: Старосельский замок, (он, к сожалению, заброшен, и используется лишь во время реконструкций средневековых боёв), Жолковский замок, руины Бродского и Добромильского замков.

Обеспеченность Львовской области замковым наследием имеет большие перспективы в дальнейшем развитии и открытии новых

возможностей для других видов туризма: познавательного, культурного, музейного и этнического.

Необходимость дальнейшего развития замкового туризма во Львовской области является обоснованной и очевидной для становления конкурентного туристического рынка, в котором данный сегмент свободен, а потому очень привлекателен для туристов.

СПИСОК ИСТОЧНИКОВ

1. UNWTO.org [Электронный ресурс]. – Мадрид, 2022. – Режим доступа: <http://www.unwto.org/>. Дата доступа: 07.03.2022.
2. Tourlib.net [Электронный ресурс]. – Львов, 2022. – Режим доступа: https://tourlib.net/statti_ukr/bilecka.htm. Дата доступа: 07.03.2022.
3. Петрановский, В. Л. Туристическое краеведение: учеб. пособие. под ред. проф. Ф.Д. Заставного / В.Л. Петрановский, М.Й. Рутинский и др. – Киев : Знання, 2006. – 575 с.

О. С. ГОРБАЦКАЯ

Брест, БрГУ имени А.С. Пушкина

Научный руководитель – Т.С. Силюк, канд. экон. наук, доцент

ФОЛЬКЛОРНО-ЭТНОГРАФИЧЕСКИЙ ТУРИЗМ В ИВАНОВСКОМ РАЙОНЕ БРЕСТСКОЙ ОБЛАСТИ

Туризм – глобальное социально-экономическое явление, значительно влияющее на экономику стран, способное превратить во благо географическое расположение страны, ее природно-климатические ресурсы и культурно-исторические памятники. Важная роль отводится фольклорно-этнографическому туризму как одному из видов познавательного туризма, который предполагает посещение объектов и центров материальной и духовной культуры народа. Развитие фольклорно-этнографического туризма обусловлена поиском национальной самобытности, сохранением национальной культуры, которая испытывает все большее влияние массовых стандартов в период глобализации. В качестве основных объектов фольклорно-этнографического туризма выступают памятники народного зодчества, историко-этнографические музеи, дома творчества и школы ремесел. Среди объектов духовной культуры выделяют национальные праздники, обряды, ярмарки, которые повышают познавательную насыщенность туристического центра [1].

Территория Западного Полесья граничила с украинским и польским этнокультурными ареалами, что сказалось на многих чертах традиционной культуры этой части Беларуси. В целом, Западное Полесье – это регион

Беларуси, где в наибольшей степени сохранились фольклор и этнокультурные традиции белорусского народа.

Ивановский район Брестской области обладает значительным культурно-историческим потенциалом, богатой и самобытной традиционной материальной и духовной культурой. Программы туристических туров в Ивановский район включают посещение этнографических центров с сохранившейся исторической средой и традиционным укладом жизни.

Мотольский музей народного творчества был основан в 1989 г. в деревне Мотоль. Экспозиции музея посвящены материально-духовной культуре Западного Полесья. В музее можно узнать об истории крестьянского быта, ремесел, земледелия, льнообработки, ткачества, увидеть местную одежду XIX века. Фонд музея насчитывает свыше 27 000 экспонатов, среди которых представлены археологические находки, орудия труда, изделия из дерева; коллекции вышивок, бездежских выкладов и фартучков, рисованных, тканых и вышитых ковров. В музее представлены диорама древнего Мотоля, интерьер хаты и фототека. Сотрудниками музея собрана богатейшая фонотека бытовых, обрядовых, праздничных, календарных песен. Музей организует выставки, музейно-педагогические занятия, экскурсии с «живым звуком» в сопровождении действующего при музее народного фольклорного-этнографического театра «Мотольские соседи». За многолетнюю творческую деятельность, популяризацию народного творчества и традиционных промыслов музей награжден Дипломом I степени в номинации «За лучший туристический объект» туристического конкурса «Пазнай Беларусь», Дипломом и специальной премией Президента Республики Беларусь в области музейного дела [2].

Достоевский литературно-краеведческий музей открыт в 1983 г. в деревне Достоево. В экспозиции представлено семь отделов, один из которых посвящен этнографии. В музее можно увидеть коллекции традиционной местной одежды и предметов быта. Музей поддерживает тесные связи с московским фондом Достоевского, музеями Достоевского в Старой Руссе и Санкт-Петербурге. Весной 2007 г. в Достоево приезжал правнук Ф.М. Достоевского – Дмитрий Достоевский, проживающий в г. Санкт-Петербурге. В дар музею он передал ряд ценных экспонатов. Музей неоднократно награждался Почетными грамотами за работу по популяризации идей охраны памятников национального историко-культурного наследия [2].

Музей народной медицины» в деревне Стрельно расположен в ярком домике с голубыми ставнями и действует более 25 лет. Это – «музей трав»

и «центр народной медицины». В данном музее хранятся секреты белорусской фитотерапии, проверенные столетиями [2].

Таким образом, фольклорно-этнографический туризм – одно из направлений культурного туризма, основанное на интересе людей к старинному укладу жизни, народным традициям, обрядам и культуре разных народов и этнических групп. Ивановский район Брестской области обладает значительным потенциалом для развития фольклорно-этнографического туризма, там сохранили традиционный фольклор, обряды, обычаи и ремесла, тем самым создали современную ресурсную и инфраструктурную базу для развития фольклорно-этнографического туризма на территории района.

СПИСОК ИСТОЧНИКОВ

1. Ушаков, А.С. Страноведение : учеб. пособие / А.С.Ушаков. – М. : Изд. центр «Март», 2017. – 256 с.
2. Туристические регионы Беларуси :энцикл. / под общ. ред. И.И. Пирожника. – Мн. :БелЭН, 2018. – 608 с.

Ю. А. ДАВЫДИК

Брест, БрГУ имени А.С. Пушкина

Научный руководитель – А. А. Сидорович, канд. геогр. наук, доцент

ТУРИСТСКО-РЕКРЕАЦИОННЫЙ ПОТЕНЦИАЛ СЛОНИМСКОЙ КУЛЬТУРНО-ТУРИСТСКОЙ ЗОНЫ

Культурно-туристская зона – искусственно выделенная, относительно самостоятельная и самодостаточная область туристического пространства, которая характеризуется исторически и географически сложившейся совокупностью туристической культуры, истории и традиций, способов и форм туристической деятельности, экономических, социальных и политических взаимоотношений на конкретном участке туристической сферы влияния.

Слонимская культурно-туристская зона включает в себя Слонимский, Волковысский, Мостовский, Свислочский и Зельвенский районы. Общая площадь зоны составляет 6326 км².

На территории Слонимского района имеется 16 особо охраняемых природных территорий и объектов. Наибольшую туристическую привлекательность имеет биологический заказник республиканского значения «Слонимский», что обусловлено его широким растительным разнообразием. Флора заказника имеет ярко выраженные черты перехода от средневропейской к лесостепной. На территории заказника выявлено

16 охраняемых видов растений, многие из которых являются редкими в республике [2].

На территории Волковысского района наибольшую привлекательность имеет республиканский биологический заказник «Замковый лес», который находится в междуречье р. Зельвянки и р. Роси. Выявлено 15 видов растений, занесенных в Красную книгу Беларуси, включая ветреницу лесную. Кроме того, на территории Волковысского района туристический интерес представляют меловые карьеры, которые ежегодно посещает около 100 000 человек.

На территории Зельвенского района располагается шесть особо охраняемых природных территорий. Статус республиканского биологического заказника носит «Медухово». Наибольшая ценность данной территории заключается в ее редких растительных видах, например, касатик сибирский, купальник горный, кадило сарматское

На территории Мостовского района наибольшую привлекательность имеет республиканский ландшафтный заказник «Липичанская пуца». На территории пуши были разработаны туристические маршруты: один пеший маршрут по побережью реки Щара, одна экологическая тропа, два водных маршрута по рекам Щара и Неман, один велосипедный маршрут.

Особо охраняемые природные территории Свислочского района отличаются малым числом, но значительными площадями. Среди них Национальный парк «Беловежская пуца». На Свислоччине, в окрестностях Беловежской пуши, можно познакомиться с историческим и культурным памятником региона – старинным именем генерала и сенатора Польши Тадеуша Тышкевича.

Таким образом, Слонимская культурно-туристская зона обладает множеством аттрактивных природных объектов, которые могут стать основными объектами экологического туризма, а также положительно повлияет на экономику в Гродненской области.

Слонимская культурно-туристская зона отражает не только историческое богатство района, культурное наследие и преемственность традиций и обычаев, но и уровень культурной жизни населения благодаря множеству учреждений культуры. В районе работает 74 учреждений культуры. Слонимская культурно-туристская зона обладает культурными и историческими достопримечательностями, которые должны активно включаться в турпродукты. Например, Жировичский Свято-Успенский монастырь (д. Жировичи), Костел Святого Вацлава (г. Волковыск), Усадьба Сегеней в деревне Краски, Подвесной мост (г. Мосты), Костел Пресвятой Богородицы (г. Мосты), Костел Святого Франциска Асизского (г. Свислочь), Церковь Святого Архангела Михаила (д. Сынковичи), Костел Святой Троицы (г.п. Зельва).

Визитной карточкой Слонимской культурно-туристской зоны является Жировичский Свято-Успенский монастырь. Начало строительства этого монастыря можно считать уникальным явлением. В 1470 году в небольшом местечке Жировичи явилась нерукотворная икона Божией Матери. Весть о чудотворной иконе быстро распространилась, и в Жировичи потянулись толпы паломников из ближних и дальних земель. Некоторые из них не хотели уходить отсюда, и в скором времени около деревянной церкви образовалось поселение. А в 1493 году здесь появился монастырь. В 1520 году был возведен новый храм – каменный. Он был освящен в честь Успения Богородицы. Здесь икона Божией Матери хранится и по сей день. А около камня, где была вновь найдена икона, в XVII веке построили Явленскую церковь. Сам камень теперь находится под Святым престолом. В монастыре расположена семинария, которая готовит будущих священнослужителей.

Республика Беларусь обладает богатым нематериальным культурным наследием. Свислочский район гордится местной традицией приготовления «Поразаўскай банкухі», которая также входит в список нематериального культурного наследия. С начала XX века сохранилась в первоначальном варианте, без изменений и модных кулинарных тенденций.

Главным ежегодным событием в Слониме является открытый фестиваль «Полонез», на который приезжают люди со всей страны и из ближнего зарубежья. Фестиваль «Полонез» – это праздник музыки и танца, который объединяет любителей и профессионалов. Он призван показать жителям города и его гостям богатое культурное наследие Слонима.

К нематериальному наследию Мостовского района относится праздник фольклора «По тропинкам наследия», который проводится в агрогородке Большие Озерки. В фестивале принимают участие творческие коллективы из разных районов Гродненской области. Представители каждой местности должен представить свой регион традиционными песнями и танцами, которые пришли в наше время благодаря памяти предков. Визитной карточкой Больших Озерок является традиционный обрядовый стиль – «Котчинская кадрили» [1].

Таким образом, Слонимская культурно-туристская зона обладает всеми возможностями ведения туристической деятельности, уже только исходя из наличия разноплановых ресурсов, которые благоприятно влияют на развитие туристической сферы Слонимской культурно-туристской зоны. Но основной проблемой выступает качество этих ресурсов. Для их полной реализации в туристической деятельности необходимо вкладывать немалые денежные средства, которые будут способны повысить уровень освоенности ресурсов с целью их использования в туризме. Также

существует немало проблем, связанных с межведомственными отношениями и ответственностью, которые создают преграды во включении ресурсов в турпродукт. Следует учитывать проблему правового урегулирования использования природных ресурсов – необходимо повысить уровень реализации законов по применению на практике; степень организации государственных учреждений управления на региональном уровне.

СПИСОК ИСТОЧНИКОВ

1. Жива кадриль задорная [Электронный ресурс]. / Редакция газеты «Зара над Неманом». – Мосты, 2010. Режим доступа: <http://www.mosty-zara.by/ru/news/zhiva-kadril-zadornaya.html>. Дата доступа: 21.02.2021.
2. Слонимский район [Электронный ресурс]. / Туристический портал «Про Беларусь». Режим доступа <https://prob Belarus.by/belarus/goroda/slonimskij-rajon.html>. Дата доступа: 21.02.2021.

А.Г. ДЕНИСОВА

Гомель, ГГУ им. Ф. Скорины

Научный руководитель – М.С. Томаш, ст. преподаватель

ТУРИСТСКАЯ И РЕКРЕАЦИОННАЯ ПРИВЛЕКАТЕЛЬНОСТЬ МАЛЫХ ВОДОЕМОВ Г. ГОМЕЛЬ

Ввиду распространившейся эпидемиологической обстановки, значение малых водоемов, расположенных в черте крупных населенных пунктов, для целей отдыха и туризма резко возросло.

Малые водоемы города Гомель пользуются большой популярностью у отдыхающего местного населения. Озера города по своим параметрам относятся к малым и очень малым (площадью 1 – 10 км² и 0,1 – 1 км²). Эти природные объекты обладает множеством характеристик, которые делают их уникальными и способствуют большей притягательности. Почти все озера г. Гомель округлые по форме с пологим песчаным дном, прозрачной водой, что делает их пригодным для семейного отдыха, а также с наличием некоторой рекреационной инфраструктуры (пляжи и отдельные элементы благоустройства). Озера, расположенные в пределах областного центра, соответствуют экологически допустимой рекреационной емкости, а также в той или иной степени пригодны для различных форм рекреации и туризма [1, с. 148].

Автором был разработан пробный туристический маршрут по озерам г. Гомеля. Начало – озеро Сетен. Для оценки пригодности и

целесообразности использования озер города Гомеля в туристской индустрии, необходимо их охарактеризовать.

Озеро Сетен – водоем к востоку от Гомеля в населенном пункте Поколюбичи. Озеро активно используется местными рыбаками. Перспективно для строительства агроусадьбы в северной части. Параметры озера: площадь озера – 0,19 км²; длина береговой линии – 1,8 км; длина – 0,8 км; ширина – 0,27 км.

Каскад озер «Волотовские» – группа озер старичного происхождения в восточной части города. Окрестности этих озер стали излюбленным местом отдыха местных жителей. Близкое расположение к жилым домам делает озера популярными для отдыха как в летнее, так и в зимнее время. В каскаде три малых озера, на двух из которых есть благоустроенные пляжи. Параметры каскада: суммарная площадь озер – 102000 м² (0,1 км²); суммарная длина береговой линии – 2,3 км; общая длина – 1 км; общая ширина – 170 м.

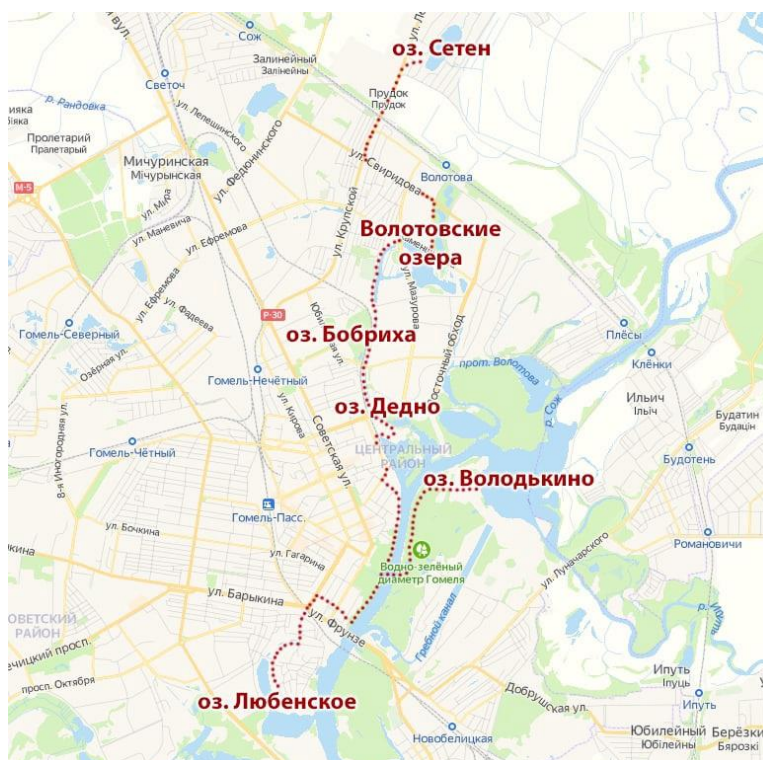


Рисунок 1 – Маршрут по озерам города Гомель

Озеро Бобриха – малое ложбинное озеро Центральном районе Гомеля. В XX – нач. XXI в. было излюбленным местом для отдыха местных жителей. В настоящее время активно заболачивается, в связи с чем необходима рекультивация. Параметры озера: площадь озера: 5800 м² – (0,005 км²); длина береговой линии – 0,3 км; длина – 114 м; ширина – 70 м.

Озеро Дедно – старичное озеро в 450 метрах к северу от озера Обкомовское. Используется для сброса ливневых канализаций центральной части Гомеля. Не предназначено для проведения досуга и не благоустроено. Берега заросшие. Параметры озера: площадь озера – 28300 м² (0,028 км²); длина береговой линии – 0,8 км; ширина – 144 м [1, с. 148].

Озеро Володькино – русловое озеро реки Сож в восточной части Гомеля, является устьем реки Ипуть в юго-восточной части. На западном берегу имеется пляж, а территория относится к парку Гомельского дворцово-паркового ансамбля. Озеро очень богато рыбой, на нем проводится ежегодное состязание рыбаков Гомельской области. В южной части Володькино находится туристический комплекс Дом Рыбака. Параметры озера: площадь озера – 1,1 км²; длина береговой линии – 4,2 км; ширина – 1,3 км; ширина – 1 км.

Озеро Любенское – находится в полукилометре от Роповского озера, в южной части Гомеля. Является озером пойменного типа и расположено в правой пойменной зоне реки Сож. По форме озеро напоминает дугу и с нынешним руслом Любенское связано небольшой протокой в восточной части. На Любенском ежегодно празднуется Купалье. Параметры озера: площадь озера – 0,37 км²; длина береговой линии – 3,6 км; ширина – 1,24 км; ширина – 0,45 км [1, с. 149].

Представленные в маршруте озера г. Гомель в целом обладают значительным рекреационным и туристским потенциалом. Однако наибольшей популярностью пользуются оз. Любенское и Волотовские озёра ввиду удобного географического расположения и транспортной доступности, благоприятных морфометрических характеристик, удовлетворительного экологического состояния, привлекательности прилегающей прибрежной территории [1, с. 153].

В свою очередь низкая комфортность озера Сетен, отсутствие элементарной инфраструктуры (организованных туристских маршрутов, стоянок для транспорта и др.) на прибрежной территории оз. Бобреха и озера Дедно обусловили недоступность, представленных в маршруте водоемов для широкого потребителя.

Анализируя малые водоемы города Гомель на предмет туристской и рекреационной привлекательности, можно сделать вывод, что местные акватории пригодны для использования не только как объекты пляжно-купального отдыха и некоторых видов водного туризма, но и для развития познавательного, экологического и образовательного туризма. В настоящий момент в большей степени это самостоятельный отдых на необорудованных территориях по берегам малых водоемов [1, с. 155].

Комплексная оценка рекреационной пригодности акватории озер города Гомеля для различных видов отдыха, ранее не проводилась, вследствие чего существует необходимость проведения ежегодной рекреационной оценки городских водоемов с целью определения степени их пригодности и аттрактивности для удовлетворения потребностей населения в отдыхе и туризме [1, с. 155].

СПИСОК ИСТОЧНИКОВ

1. Томаш, М.С. Рекреационный потенциал лимносистем г. Гомеля / М.С. Томаш // Веснік Брэсцкага ўніверсітэта – Серыя 5. Хімія. Біялогія. Навукі аб зямлі. – № 2 . – 2020. – С. 148–156.

Ю. Ю. ЖЕЛУДОК

Гродно, ГрГУ имени Янки Купалы

Научный руководитель – Н.Б. Журавлева, канд. истор. наук, доцент

ЛИТЕРАТУРНЫЙ ТУРИЗМ КАК ФАКТОР РАЗВИТИЯ РЕГИОНА (НА ПРИМЕРЕ Г.ГРОДНО)

Туризм уже долгие годы является одной из наиболее значимых форм досуга, играющей заметную роль в расширении кругозора и повышении эрудиции человека. Стремление к путешествиям возникло еще в древности, и с тех пор туризм остается особым источником получения новых знаний. Существуют разные формы и виды туризма. Их можно дифференцировать по различным критериям, например, по цели поездки: историко-культурный, агроэкотуризм, рекреационный, религиозный, спортивный, ностальгический, деловой и другие. А в последние годы наблюдается активное развитие тематического туризма.

Тематический туризм – это вид туризма, связанный с посещением мест, объединенных единой узконаправленной тематикой. Особенностью этого направления является возможность заниматься любимым делом в среде единомышленников. Рост спроса на тематический туризм объясняется тем, что выбор дестинации определяется частными потребностями и интересами туристов. В наше время люди хотят выйти за рамки обыденного, посетить новые места, испытать особенные эмоции и получить неповторимый туристический продукт. «Традиционные» путешествия уже не могут удовлетворить потребности таких туристов. Можно констатировать, что наступила эпоха «впечатлений и ощущений», и популярность теперь приобретают специальные виды туризма.

Одним из наиболее востребованных направлений является литературный туризм, который можно определить, как вид тематического

туризма, связанный с местами и событиями, описываемых в литературных произведениях, а также с жизнью авторов этих произведений. Этот вид туризма включает в себя посещение таких мест, как:

1. Места, в которых происходили основные действия произведения.
2. Места, которые связаны с жизнью и творчеством автора.
3. Места, в которых пребывали персонажи произведений.

Туристам интересно узнать и понять, какое воздействие на автора оказало его окружение и среда, в которой создавались его произведения.

Путешествия, вызванные интересом к автору, его творчеству и региональной культуре, зародилась достаточно давно. Примером являются путешествия людей в места, описанные Геродотом в его труде «История». Эти люди хотели увидеть «своими глазами» описанные чудеса.

В настоящее время для литературного туризма характерен высокий уровень организации поездок. Формированием и организацией литературных маршрутов занимаются специалисты. Так, в г. Гродно на официальном сайте туристического агентства «Немново Тур» можно найти информацию о пешеходной экскурсии «Гродно литературный и художественный». Экскурсия включает посещение улицы Ожешко, носящей имя выдающейся писательницы и общественного деятеля Элизы Ожешко, улицы Большой Троицкой, где находится дом, в котором жил писатель Василь Быков, улицы 1 мая, где расположен дом семьи белорусского поэта Максима Богдановича, улицы Найдуса, которая связана с еврейским поэтом Лейбом Найдусом, а также объекты, которые отображены на многочисленных картинах, зарисовках и гравюрах [1].

К важнейшим туристическим ресурсам литературного Гродно относится, прежде всего, улица Ожешко, где главным объектом является Дом-музей Элизы Ожешко (ул. Ожешко, 17), являющийся точной копией дома, в котором проживала писательница в 1894 – 1910 гг. Сейчас здесь расположен музей, посвященный жизни и творчеству Элизы Ожешко, а также Юношеский филиал и отдел изданий на иностранных языках «Гродненской областной библиотеки имени Е. Ф. Карского» [2]. Э. Ожешко была не только прекрасной писательницей, но и активным общественным деятелем. Она всеми силами старалась помочь простым горожанам. Например, во время пожара в 1885 г. Ожешко возглавила городской комитет по сбору средств для помощи погорельцам. В память о её заслугах в 1929 г. ей был установлен гранитный памятник, который пострадал в годы войны, но позже его восстановили. И теперь он находится на пересечении улиц Телеграфной и Ожешко. Элиза Ожешко была похоронена в Гродно на старом кладбище по улице Антонова. К могиле писательницы туристы также проявляют интерес.

Важным объектом литературного туризма является и музей Максима Богдановича, расположенный по улице 1 мая, 10. Максим Богданович в Гродно прожил совсем немного, лишь 4 года. Торжественное открытие музея состоялось в 1986 г. А с марта 2014 г. музей функционирует как литературный отдел УК «Гродненский государственный историко-археологический музей». Экспозиция музея состоит из следующих залов: «Литературно-общественное движение в конце XIX - начале XX вв.», «Гродненщина литературная», «Портретная галерея знаменитых людей Беларуси», «Гродненский период жизни семьи Богдановичей», а также включает в себя 4 мемориальные комнаты: детская комната, гостиная, кабинет отца, комната матери. Основной фонд музея насчитывает более 14 тысяч единиц хранения: личные вещи поэта, документы, фотографии, письма, предметы быта конца XIX - начала XX вв., письменные свидетельства общественной и культурной жизни того времени, а также наследие поэтов и писателей Гродненщины [3].

С Гродно связана жизнь еще одного известного писателя – Василя Быкова. На улице Большая Троицкая расположен дом, в котором жил и творил писатель. На протяжении более 20 лет в Гродно работал музей Быкова, но, к сожалению, его закрыли, а экспозицию временно перевезли в музей Максима Богдановича. Еще одна улица в Гродно названа в честь известного в мире поэта – Лейба Найдуса. Он родился, жил и умер в Гродно. Предположительно, что поэт проживал в доме №1 по этой улице.

Литературный туризм в Гродно в основном предполагает посещение мест, связанных с жизнью и творчеством писателей и поэтов. Однако важным, не в полной мере освоенным туристическим потенциалом является и разработка маршрутов к местам, где разворачиваются события, описанные в романах. Например, в деревню Богатыревичи, описанную в романе Элизы Ожешко «Над Нёманом».

Развитие литературного туризма опирается на устойчивый рост интереса к культурному наследию. Возрождаются ранее забытые имена и события. Так, в 2021 году в Гродно было установлено 10 уникальных стендов, посвященных Элизе Ожешко, которые рассказывают о жизни и творчестве писательницы. Планируется создание сайта и разработка трансграничных туристических маршрутов, связанных с биографией Элизы Ожешко.

Таким образом, литературный туризм является перспективным и актуальным направлением, которое помогает расширить кругозор, поближе познакомиться с авторами любимых произведений, окунуться в среду, в которой происходили основные действия этих произведений. Литературный туризм оказывает положительное влияние на экономическое и социально-культурное развитие регионов, что

проявляется в создании рабочих мест, увеличении туристических потоков и сохранении историко-культурного наследия.

СПИСОК ИСТОЧНИКОВ

1. Немново Тур [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://nemnovotour.by/>. – Дата доступа: 07.03.2022.
2. Дом-музей Элизы Ожешко [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://zetgrodno.com/dom-elizy-ozheshko>. – Дата доступа: 07.03.2022.
3. Музей Максима Багдановича [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.bagdanovichmuseum.by/>. – Дата доступа: 07.03.2022.

Ю. С. КРЕНЬ

Брест, БрГУ имени А.С. Пушкина

Научный руководитель – А.Д. Панько, канд. истор. наук, доцент

ПЕРСПЕКТИВНЫЕ НАПРАВЛЕНИЯ ДЛЯ РАЗВИТИЯ ТУРИЗМА В МАЛОРИТСКОМ РАЙОНЕ

Малоритский район обладает ресурсами для развития агроэкотуризма. С его помощью происходит знакомство с самобытной культурой Беларуси, это позволяет демонстрировать гостеприимство народа и является платформой для создания уникального аутентичного конкурентоспособного туристического продукта. На сегодняшний день в Малоритском районе функционирует 16 агроэкоусадьб. Дальнейшее развитие агроэкотуризма в районе может способствовать повышению его туристической привлекательности.

Перспективным направлением для туризма может стать развитие экологического туризма. На территории района находится биологический заказник республиканского значения «Луково», богатый разными типами лесов. На карбонатных островах среди болот произрастают различные типы дубовых и грабовых лесов.

Наиболее интересны среди флористических находок орхидные и, прежде всего, «венерин башмачок настоящий». Вид находится под непосредственной угрозой исчезновения и взят под охрану во всех европейских странах. В Красной книге РБ вид имеет первую охранную категорию. До конца 80-х годов считалось, что в республике венерин башмачок приуроченности к каким-либо определенным районам не проявляет. Однако в начале 1990-х годов были открыты ранее неизвестные места распространения вида в юго-западной части Беларуси в полосе «Хмелевка-Луково-Дивин», все чаще именуемой «Орхидным поясом». В

заказнике «Луково» обнаружено и учтено свыше 3-х тысяч экземпляров «венериного башмачка» [1].

Содействию развитию экологического туризма может помочь лесное богатство Малоритского района. Общая площадь земель лесного фонда – 9550,0 га, из них покрытая лесом 8597,4 га.

Для любителей купально-пляжного отдыха могут прийти «по вкусу» озера Малоритского района. Однако для этого, сначала нужно привести в порядок береговую линию. А также можно создать и оборудовать участки пляжей. Для этого практически идеально подходит озеро Олтушское и карьер Мельники.

Гастрономический туризм предполагает знакомство с регионом через призму местной гастрономии. Традиционная кухня как категория культуры воспринимается в связи с историей, религией, экономикой, политикой, обычаями, легендами и другими факторами, формирующими уникальную идентичность региона или же целого государства. К тому же, в качестве эффективного инструмента продвижения кулинарного наследия страны создан интерактивный электронный ресурс «gastinia.by» и гастрономическая карта «Гасцінія». На постоянной основе проводятся дни белорусской национальной кухни, региональные кулинарные праздники, акции, конкурсы, мастер-классы, организован экорынок с возможностью реализации фермерами продукции собственного производства.

Развитию этого вида туризма в Малоитском районе может способствовать хлеб «гречаник», традиции изготовления которого придан статус нематериального культурного наследия Республики Беларусь.

В Малоритском центре народного творчества гости имеют возможность увидеть своеобразную жемчужину белорусского народного искусства – народный костюм Малоритского строя. Главной задачей центра является сохранение и изучение народных промыслов и ремесел Малоритского района. В центре собрана уникальная коллекция костюмов Малоритского строя и воссоздана уникальная технология ткачества. Каждый костюм – это увлекательное путешествие в географию, историю, культуру, этнографию района [2].

Всего в центре народного творчества находится два зала. В первом главное место в экспозиции принадлежит малоритскому строю одежды, ставшему своеобразной визитной карточкой всего района. Второй зал посвящен современным видам творчества, где на показ выставлены стилизованные костюмы, созданные по древней технологии ткачества “кожушком”, вышитые старинными узорами ручники, соломенные изделия, шляпы, венки, сумочки и, конечно же, просто сувениры.

К сожалению, сама технология ткачества «кожушком» народного костюма малоритского строя уже в середине XX века вышла из обихода

жителей района. Восстановить технологию удалось благодаря стараниям и умениям народного мастера Республики Беларусь Степаниде Степанюк.

Малорита по праву может называться спортивным городом, ведь родом с Малоритчины многие прославленные белорусские спортсмены. Например, Леонид Аркадьевич Тараненко – Олимпийский чемпион 1980 года, многократный чемпион мира, Европы и СССР в тяжелой атлетике. Борис Пуховский – известный белорусский гандболист, разыгрывающий гандбольного клуба «Мотор» (Украина) и сборной Беларуси. Вадим Викторович Скрипченко – экс-игрок сборной Беларуси по футболу, а ныне главный тренер ФК «Минск» и многие и другие.

Кроме того, в последние годы в Малорите активно развивается большой футбол. Местными органами управления вместе с ФК «Динамо-Брест» был создан футбольный клуб «Малорита», который сезон 2021 провел во Второй лиге чемпионата Беларуси по футболу.

В Малорите есть также и спортивные объекты – учебно-спортивное учреждение «Специализированная детско-юношеская спортивная школа олимпийского резерва Малоритского района». На базе организации функционирует универсальный спортивный центр «Жемчужина», предоставляющий прекрасную возможность активно и с пользой провести свое свободное время. Основные задачи спортивного центра «Жемчужина»: оздоровление населения, создание пространства и возможностей для регулярных тренировок людей всех возрастов.

На территории спортивного комплекса располагается, помимо спортивных площадок, водоем, который в летнее время является популярным местом отдыха местного населения. Гости могут прогуляться вдоль водоема или покататься на катамаранах.

«Жемчужина» является местом проведения различных школьных спортивных соревнований по плаванию, гандболу, мини-футболу и др. Помимо детских соревнований здесь проходят и взрослые. Ежегодно в спортивном зале проходит чемпионат Малоритского района по мини-футболу.

Неоднократно, для тренировок, в «Жемчужину» приезжала женская и мужская национальная сборная Беларуси по гандболу, а также ведущий профессиональный клуб страны «Мешков Брест».

При дальнейшем развитии туристической инфраструктуры, и при создании новых туристических продуктов, Малоритский район вправе рассчитывать на потенциальное увеличение числа прибывающих гостей.

СПИСОК ИСТОЧНИКОВ

1. Малоритская районная библиотека [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://maloritalib.by/study_of_local_lore/dostoprimechatelnost/zakaznik-lukovo.php?clear_cache=Y. Дата доступа: 20.02.2022.
2. Газета «Голас часу» [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.malorita.by/?p=54244>. Дата доступа: 20.02.2022.

В. Н. НАСЕКО

Брест, БрГУ имени А.С. Пушкина

Научный руководитель – И.Л. Фёдорова, магистр геогр. наук, ст. преподаватель

ТУРИСТСКО-РЕКРЕАЦИОННЫЕ РЕСУРСЫ ПЕТРИКОВСКОГО РАЙОНА

Петриковский район площадью находится на Западе Гомельской области и имеет общие границы со следующими районами: Любанским, Житковичским, Октябрьским, Калинковичским, Мозырским и Лельчицким.

Преобладающий в районе равнинный рельеф объясняется нахождением региона в физико-географической зоне Припятского Полесья. Поверхность территории можно определить, как ровную, заболоченную, имеющую песчаные дюны и хребты вдоль рек.

Климат в регионе умеренно-континентальный, относящийся к Житковичско-Мозырскому агроклиматическому району. Средняя температура воздуха в январе достигает -6°C , в июле $+18,5^{\circ}\text{C}$.

Основными реками являются Припять, Бобрик, Птичь, Тремля, Уборть. Самым большим признано озеро Дикое площадью в 69 га. Оно находится в непосредственной близости к деревне Октябрьский и относится к бассейну р. Тремля.

Река Припять, являющаяся самым крупным правым притоком Днепра. Протекает через Волынскую, Ровенскую и Киевскую области Украины, Брестскую и Гомельскую области Беларуси и одновременно с этим играет важную роль в общем наборе туристско-рекреационных ресурсов Петриковского района. Территория реки примечательна местонахождением в ней уникальной географической зоны – Припятского Полесья. Именно здесь и был основан Припятский национальный парк – место концентрации природных, культурных и исторических объектов, которые привлекают внимание не только местных, но и зарубежных туристов [1].

Национальный парк «Припятский» занимает территорию сразу трех районов: Лельчицкого, Житковичского и Петриковского. В парке есть луговая, кустарниковая, водная и лесная растительности. Среди последних

наиболее встречающимися являются сосновые и дубовые. Самые редкие – липовые и кленовые леса.

Флора парка включает в себя около 929 видов различных растений, 44 вида растений внесено в Красную книгу Беларуси. В структуру фауны входит 51 вид млекопитающих, 250 видов птиц, 7 видов рептилий, 13 видов земноводных, 38 видов рыб, более 3300 видов беспозвоночных, в том числе 250 видов насекомых. На территории парка пережили акклиматизацию ондатра, американская норка, енот. Реаклиматизированными являются беловежские зубры в количестве 90 особей и благородные олени в количестве 300 особей.

Крайне развитой является орнитофауна парка, которая включает в себя около 256 видов птиц. Это составляет целых 79% птиц всей страны. Стоит заметить, что наибольшее количество птиц, а именно 65 видов, внесенных в Красную книгу Республики Беларусь, проживает в Национальном парке «Припятском».

Туристам предоставляются следующие услуги: фото-сафари, экскурсии по экологическим маршрутам, прогулки на кораблях и лодках, экологические конференции, дискуссии и встречи с исследователями, рыбалка и охота.

Агрогородок Лясковичи – административный центр парка. В данном населенном пункте располагается туристический объект «Музей природы», двери которого для туристов были открыты в августе 2012 г. под эгидой проведения фестиваля «Зов Полесья». 2018 г. был ознаменован открытием демонстрационной площадки музея, состоящей из двора Деда Мороза и сафари-парка. А уже в 2020 г. начал свою работу «Музей под открытым небом» [2].

Очень популярными среди туристов национального парка «Припятский» и по сей день остаются теплоходы «Кирилл Туровский» и «Полонез», вмещающие в себя около 50 пассажиров.

На территории Петриковского района находится уникальный памятник природы республиканского значения «Дорошевичи», которые представляют собой скрытые под 16-метровым слоем песка торфяные болота возрастом 75-115 тыс. лет.

В Государственный список историко-культурного наследия Республики Беларусь включено 39 объектов Петриковского района, а именно 8 памятников архитектуры, 16 археологии, 15 исторических.

Территория района располагает двумя музеями. Музей Деда Талаша – народного героя Петриковщины. Государственное учреждение культуры «Петриковский историко-краеведческий музей» находится на месте когда-то существовавшего замка, построенного в 16 веке князем Юрием Олельковичем. Экспозиция состоит из двух частей: посвящение археологии и

этнографии Петриковщины, Великой Отечественной войне и войне в Афганистане.

На данный момент в районе действует только одно туристическое агентство, расположенное в городе Петриков – «Степ-Тур». В структуре туризма выделяется 21 усадьба, 1 детский реабилитационно-оздоровительный центр, 2 объекта гостиничного бизнеса, один из которых – гостиница «Припять» находится в районном центре и располагает 20 номерами различных категорий. Вторая гостиница «Над Припятью» находится в Лясковичах – центре Национального парка «Припятский».

В целом, туристская инфраструктура Петриковского района развита слабо. Хотя, имеющиеся в наличие природные ресурсы позволяют двигаться вперед в этом направлении.

Через территорию района проложено 8 туристско-экскурсионных маршрутов:

1. «В объездах дивной Петриковщины» (Петриков – д. Новоселки – д. Лучицы), где можно увидеть храмы, «Дом-Музей Деда Талаша», «Линию Сталина» с ДОТаи и посетить прогулку на теплоходе.

2. Экскурсия к «Царь-сосне» (Петриков – д. Голубица – пос. Славинск – аг. Лясковичи) со следующими объектами: краеведческий музей г. Петрикова, храмы, национальный парк «Припятский» (Музей природы и «Музей под открытым небом»), сафари-парк.

3. Экологическая тропа «Наяденский», проходящая вдоль шоссе г. Петрикова и г. Житковичи.

4. Экологическая тропа «Пойма Припяти».

5. Экологическая тропа «Припятская долина».

6. «Водная экскурсия по р. Птичь ч.1» (н.п. Лучицы – д. Кошевичи – урочище «Американская гора» – сплав по реке до дома охотника Петриковского лесхоза).

7. «Водная экскурсия по р. Птичь ч.2» (домик охотника Петриковского лесхоза – сплав по реке до конторы Копаткевичского лесничества – н.п. Лучицы).

8. «Путешествие по Петриковской земле» (домик охотника Петриковского лесхоза по дорогам: Лучицы – Кошевичи – Копцевичи – Копаткевичи – Першая Слободка – Лучицы) [3].

Можно сделать вывод, что наличие многочисленных маршрутов обусловлено богатой историей и очень красивыми пейзажами местных ландшафтов, а туристско-рекреационные ресурсы Петриковского района в целом являются прочной основой для развития различных видов туризма.

СПИСОК ИСТОЧНИКОВ

1. Петриковский район – Беларусь / Гомельская область [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://planetabelarus.by/map/belarus/gomelskaya-oblast/petrikovski-rayon/> – Дата доступа: 20.02.2022.
2. Национальный парк «Припятский» [Электронный ресурс]. Режим доступа: https://www.npp.by/about_national_park/ – Дата доступа: 20.02.2022.
3. Туристско-экскурсионные маршруты [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://petrikovsport.schools.by/pages/61614345646> – Дата доступа: 20.02.2022.

А.А. РОГОВЦОВА

Пинск, Пинский колледж БрГУ имени А.С. Пушкина

Научный руководитель – И.В. Стащенко, преподаватель колледжа

МРАЧНЫЙ ТУРИЗМ КАК НОВОЕ НАПРАВЛЕНИЕ ТУРИСТИЧЕСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ В ПИНСКОМ РАЙОНЕ

В непроеизводственной сфере мирового хозяйства туризм рассматривается как перспективное направление развития национальных экономик. Поэтому поддержка и развитие внутреннего и въездного туризма – одно из приоритетных направлений государственного регулирования в индустрии туризма в Республике Беларусь. Важными факторами для развития и наилучшего функционирования туризма является изменение и усовершенствование туристического рынка, соответствие предлагаемых потребителям туристических услуг, появление новых требований к качеству туристского продукта, изменение структуры спроса и самое главное – появление новых туристических направлений.

Мрачный туризм из-за своеобразности используемых рекреационных ресурсов, которые могут вызвать у потребителей своеобразные, незабываемые эмоции, относится к новым направлениям туристической деятельности. В рамках мрачного туризма туристы, в поисках новых впечатлений посещают места, связанные с трагическими событиями и человеческими страданиями. Стоит отметить, что мрачный туризм является одним из самых противоречивых видов туризма, несмотря на то, что некоторые современники осуждают такой вид путешествий, обосновывая это тем, что мрачный туризм никак несовместим с рекреационной деятельностью, основанной на положительных эмоциях и улучшении настроения, но, несмотря на это, мрачный туризм стремительно развивается.

Впервые термин «мрачный туризм» употреблен в 1996 году в статье, посвященной новому направлению туристических путешествий в англоязычном журнале «Международная студия мирового культурного наследия». Широко термин стал применяться в 2000 году после публикации профессорами Шотландского университета книги «Dark Tourism» [1, с. 142].

На сегодняшний день можно трактовать мрачный туризм, как поездку с посещением мрачных мест и объектов, способных напугать или вызвать страх, для получения новых, специфических впечатлений и эмоций, а также, чтобы ознакомиться с причинами подобных катастроф и способами их предупреждения, почтить память погибших, попереживать и посочувствовать пострадавшим.

Особенность мрачного туризма заключается в том, что он вызывает у человека отрицательные эмоции. Но правильно организованная поездка, грамотно составленная туристическая программа и тщательно подобранные объекты, позволяет на основе отрицательных эмоций получить положительный рекреационный эффект.

К основным рекреационным ресурсам мрачного туризма можно отнести: захоронения и связанные с ним учреждения, природные и антропогенные катастрофы, религиозные святыни и военные события.

Перспективным для развития мрачного туризма в Республике Беларусь можно рассматривать Пинский район – загадочный, овеянный легендами и преданиями край, в самом сердце Белорусского Полесья.

Несмотря на то, что данный вид туризма слабо развит в Пинском районе, местность располагает рядом объектов, для формирования туристического продукта мистической направленности.

Среди таких объектов можно выделить:

1. Деревня Дубое – место особое в историко-культурном комплексе белорусского Полесья. Прошлое старейшей деревни Пинского района, как и полагается, наполнено легендами о подземных ходах, о призраках и о сражениях Первой мировой войны, оставившей след на здешней земле в виде воинских кладбищ [2].

2. Городское кладбище по улице Спокойной в г. Пинске – это единственное сохранившееся историческое кладбище города. Оно включает в себя католические, православные, еврейские, общегородские и воинские захоронения. Первые могилы на католической части кладбища относятся к началу XIX столетия. Части надгробий и оград выполнены на высоком художественном уровне из ценных материалов и представляют искусство белорусских и пинских скульпторов. Здесь захоронены представители известных родов Скирмунтов, Огинских, Орд, Бутримовичей, также мать известного польского журналиста Ришарда Капустинского и другие известные деятели [3].

3. Мемориальный комплекс жертвам холокоста в деревне Добрая Воля – здесь, осенью 1942 немецкой армией было убито 30 000 евреев – узников пинского гетто. В 1992 в память погибшим был установлен мемориальный комплекс «Жертвам холокоста» [4].

4. Бывшее еврейское кладбище – данное кладбище функционировало до 70 годов XX века. В последующие годы иудеи раскапывали могилы, чтобы увезти останки погибших родственников на родину в Израиль. Поэтому практически всё кладбище было разграблено и сейчас на этом месте функционирует городская школа №12.

Таким образом, анализ ресурсов мрачного туризма Пинского района позволяет сделать вывод, что, в регионе есть возможности для разработки необычных туристических продуктов, которые будут основываться на потенциале мрачных ресурсов. Правильное проектирование и продвижение данных маршрутов создаст условия для: привлечения иностранных туристов; увеличения объемов экспорта туристических услуг; создания новых рабочих мест; развития инфраструктуры региона.

Мрачный туризм рассматривается специалистами, как вид туризма, который способствует психологическому развитию человека и его эмоциональному мироощущению. Поэтому такие туры в перспективе будут важны и в структуре внутреннего молодежного туризма Беларуси, так как воспитание подрастающего поколения, формирование объективного отношения общества к историческому прошлому является важной задачей на современном этапе развития страны.

СПИСОК ИСТОЧНИКОВ

1. Кусков, А.С. Вопросы туризмоведения. Мрачный туризм / А.С. Кусков. – Саратов : 2012. – 124 с.
2. Усадебно-парковый комплекс «Дубое» [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://alarmout.livejournal.com/45558.html>. – Дата доступа: 22.02.2022.
3. Городское кладбище [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.pinsk-history.ru/istoriya-pinska/item/312>. – Дата доступа: 22.02.2022.
4. Мемориал жертвам холокоста [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://vetliva.ru/belarus/what-to-see/memorialnyy-kompleks-v-derevne-dobraya-volya>. – Дата доступа: 22.02.2022.

Д. В. САВИЦКАЯ

Гродно, ГрГУ имени Янки Купалы

Научный руководитель – Т.Н. Боярчук, ст. преподаватель

РЕКРЕАЦИОННО-ТУРИСТИЧЕСКИЙ ПОТЕНЦИАЛ ГРОДНЕНСКОЙ ОБЛАСТИ В РАЗВИТИИ ВНУТРЕННЕГО ТУРИЗМА

Для реализации рекреационно-туристического потенциала Гродненская область имеет уникальное рекреационно-географическое положение, располагает богатым природным, историко-культурным, этнографическим и конфессиональным наследием, а также развитой транспортной инфраструктурой. Все эти факторы определяют особые перспективы развития в регионе различных видов туризма.

Так, в настоящее время в Гродненской области достаточно активно развиваются такие виды туризма, как экскурсионный, религиозный, санаторно-курортный, оздоровительный, спортивный, водный, агротуризм, экологический.

Территория Гродненской области входит в состав 4 рекреационно-туристских районов Беларуси: 1) Гродненского (Берестовицкий, Волковысский, Гродненский, Зельвенский, Мостовский, Свислочский, Щучинский административные районы), 2) Лидско-Новогрудского (Вороновский, Дятловский, Ивьевский, Кореличский, Лидский, Новогрудский), 3) Молодечненско-Нарочанского (Островецкий, Ошмянский, Сморгонский), 4) Барановичского (Слонимский) [1].

При этом каждый из этих районов имеет свою специализацию по определённым видам туризма. Так, Гродненский рекреационно-туристический район специализируется на оздоровительном и экскурсионном видах туризма. В Лидско-Новогрудском развивается экскурсионный, курортно-лечебный и оздоровительный туризм. Наиболее живописные и благоприятные для развития оздоровительного и спортивного туризма ландшафты представлены на территориях Новогрудской, Ошмянской, Волковысской, Гродненской возвышенностях, а также к долинам рек [2].

Лечебный рекреационный потенциал Гродненского региона включает комплекс климатических факторов, месторождений лечебных грязей и минеральных вод, которые имеют особую бальнеологическую ценность, а также специфический состав и лечебные свойства. Все это указывает на востребованность среди туристов и иных категорий отдыхающих на необходимость использования ресурсов объектов лечебно-оздоровительного профиля. На территории Гродненской области действуют свыше 30

санаторно-курортных учреждений и организаций отдыха, в том числе 11 крупных санаторно-курортных организаций, которые предлагают отдыхающим и хорошую лечебную базу. Так, наиболее популярных и востребованных санаториев Гродненской области необходимо отметить «Радон» и «Альфа-Радон» (Дятловский район), «Озёрный», «Поречье» (Гродненский район), «Энергетик» (Волковысский район), «Свитязь» (Новогрудский район).

Ведущим природным лечебным фактором является целебный насыщенный воздух сосновых лесов. Благодаря речным и озерным системам формируются основные центры оздоровительного туризма и отдыха, а густая речная сеть способствует развитию походных форм водного туризма в Гродненской области. Так, сплавы на байдарках и плотах по Августовскому каналу, Неману, Щаре, Молчади достаточно популярны среды самостоятельных туристов, так и предлагаются комплексные туры, организованные для любителей водных походов (например, «Святовит», г. Лида). Ежегодно в апреле на Августовском канале проходят Республиканские соревнования туристов-водников «Нёманская весна». Организацией спортивных походов и туристско-краеведческой работы занимаются центры детско-юношеского туризма.

Исходя из ценности богатого историко-культурного наследия, территориальной концентрации объектов экскурсионного показа в Гродненской области выделяются локальные туристско-экскурсионные центры, которые подразделяются на несколько групп:

1) туристско-экскурсионные центры международного значения: Гродно, Мир, Новогрудок;

2) туристско-экскурсионные центры национального значения: Гольшаны, Лида, Слоним;

3) туристско-экскурсионные центры регионального значения: Волковыск, Дятлово, Зельва, Ивье, Кореличи, Любча, Новоельня, Островец, Ошмяны, Свислочь, Сморгонь, Щучин;

4) экскурсионные пункты: Ворняны, Вселюб, Геранены, Гervяты, Гнезно, Жемыславль, Жупраны, Крево, Михалишки, Муrowанка, Святск, Сола, Сынковичи [2]

В 17 районах Гродненской области и в г. Гродно разработан 91 туристический маршрут, среди которых:

- автобусно-пешеходные – 33,
- пешеходные – 17,
- велосипедные – 15,
- автобусные – 12,
- водные – 8,
- промышленные – 3,

- велосипедно-пешеходные – 2,
- велосипедно-автобусные – 1 [4].

Тем самым, по территории области осуществляются многочисленные туристические маршруты, часть из которых пользуются наибольшей популярностью среди туристов и являются основой для организации новых: «Маршрут «Августовский шлях» (Гродненский район), «Старажытны Гарадзень» (г. Гродно), «Сцежкамі кахання Адама Міцкевіча» (Вороновский район), «Ад старажытнасці да сучаснасці», «Лида – столица пивоварения» (г. Лида), маршрут-анимация «Тропами Адама Мицкевича» (г. Новогрудок и Новогрудский район) [4].

Особое значение в Гродненской области придается развитию агротуризма как одному из популярных видов отдыха и рекреации за пределами города. На территории области насчитывается 4,5 тыс. сельских населённых пунктов, где проживает 35% населения – это самый максимальный показатель среди всех областей Беларуси [3]. Агротуризм очень популярен в Гродненской области, о чём свидетельствует наличие достаточно большого количества агроусадоб, самыми популярными из которых «Верес» (Зельвенский р-н), «Лебединое» (Щучинский р-н), «Над Нёманом», «Докудово», «У парома» (Лидский р-н), «Свитязянка» (Кореличский р-н) [2].

Регион располагает ресурсными предпосылками для развития рыболовного и охотничьего туризма. На территории области действуют 18 охотхозяйств ООО «Белорусское общество охотников и рыболовов», 10 лесохозяйственных хозяйств Министерства лесного хозяйства Республики Беларусь [2].

Среди природоведческих экскурсий популярным объектом является крупнейший в Беларуси Гродненский зоопарк. Перспективным является развитие экологического туризма в Беловежской пуще на территории Свислочского района Гродненской области. Ключевыми объектами экологического туризма являются заказники республиканского значения, отражающие ландшафтное и биологическое разнообразие региона.

Определив сильные стороны рекреационно-туристического потенциала Гродненской области необходимо отметить, что, безусловно данный регион обладает:

- 1) благоприятными природно-климатическими условиями для рекреации, организации досуга и развития туризма,
- 2) богатым культурно-историческим, этнографическим и конфессиональным наследием;
- 3) природным разнообразием и экологически чистой территорией,
- 4) благоприятным географическим положением, которое способствует развитию трансграничного и межрегионального сотрудничества.

Однако, необходимо отметить и слабые стороны, которые тормозят развитие Гродненского региона:

- 1) неэффективное продвижение туристических возможностей региона,
- 2) потребность в инвестициях в туристическую сферу,
- 3) слабое информационное обеспечение и маркетинговое продвижение туристических продуктов и услуг.

Исходя из представленных сильных и слабых сторон в развитии рекреационно-туристического потенциала Гродненской области необходимо:

- усовершенствование уже имеющихся туристических маршрутов и экскурсионных программ, востребованных для современного туриста, ориентированного не только на культурно-познавательные возможности посредством усвоения исторического материала, но и желающего прочувствовать «дух эпохи», что возможно реализовать посредством событийного туризма в рамках анимационных программ;
- расширение информационного обеспечения и маркетинговое продвижение туристических продуктов и услуг посредством информационно-коммуникативных технологий;
- создание и продвижение собственного туристического регионального бренда.

Таким образом, несмотря на ряд слабых сторон, Гродненский регион обладает уникальными возможностями и большим туристическим потенциалом для развития разнообразных видов внутреннего туризма.

СПИСОК ИСТОЧНИКОВ

1. Туристские регионы Беларуси / редкол.: Г.П. Пашков [и др.]; под общ.ред. И.И. Пирожника. Минск: Беларус. Энцыкл. імя П. Броўкі, 2008. – 608 с.
2. Кунюта, А.И. Современное использование туристского потенциала Гродненской области и особенности территориальной организации туристского обслуживания/ А. И. Кунюта, И. К. Трифонова // Социально-экономическая география в XXI веке: региональное развитие: материалы Межвузовского республиканского семинара, 17–18 ноября 2016 г., Минск / редкол.: Е. А. Антипова (пред.) [и др.]. – Минск: БГУ, 2017. – С. 186-189.
3. Гродненская область в цифрах. 2021: Статистический справочник / Ответственный за выпуск М.Ю. Рахманова – Минск, 2021. – 84 с.
4. Туристические маршруты Гродненской области [Электронный ресурс] – Режим доступа: <http://www.oblsport.grodno.by/ru/tourism/routes/> – Дата доступа: 01.03.2022

Е. А. САКУТА

Брест, БрГУ им. А. С. Пушкина

Научный руководитель – С.А. Заруцкий, канд. геогр. наук, доцент

ПОТЕНЦИАЛ БРЕСТСКОЙ ОБЛАСТИ В РАЗВИТИИ ВОЕННО-ПАТРИОТИЧЕСКОГО ТУРИЗМА

Военная история и военные события всегда представляли собой значимый компонент интереса туристов. Некоторые из событий, в определенной степени, сформировавшие историю, напрямую связаны с национальной обороной и конфликтами по всему миру. На планете не существует мест, где когда-либо не происходили военные сражения, поэтому каждая из стран уникальна своим военным наследием. Это объясняет то, что путешествия, связанные с военной историей, приобретают все большую популярность в мировой туристической индустрии, охватывая различные регионы мира, в том числе территорию Беларуси.

С точки зрения военно-патриотического туризма страну можно охарактеризовать как крупный военно-исторический музей под открытым небом. Такая характеристика объясняется тем, что в силу своего географического положения, в стране проходило множество битв и сражений, оставивших след во многих районах и областях, в виде крепостей, монументов, мемориальных досок и стел. Одной из таких является Брестская область, что определяет актуальность обращения к рассмотрению её культурно-исторического потенциала в развитии военно-патриотического туризма.

Прежде всего, необходимо обратиться к определению понятия военно-патриотический туризм, под которым понимаются путешествия, связанные с посещением мемориалов и исторических мест, военных музейных объектов и экспонатов, связанных с боевыми действиями и сражениями, мест дислокации боевых транспортных средств, а также участие в событийных мероприятиях и реконструкциях военно-исторических сражений. Его основой является историко-культурный потенциал территории, включающий в себя социальную и культурную среду [1, с.78].

На данный момент Брестская область имеет огромные перспективы для разработки туристических продуктов и программ, связанных с данным видом туризма. На её территории находится около 2084 памятников истории и культуры, около 2 тыс. мест, связанных с героическими и трагическими страницами Великой Отечественной войны, свыше 300 обелисков, 86 стел, 41 мемориал и более 100 монументов [2]. Значительная часть из них используется в организации военно-патриотического туризма,

так как представлена памятниками военной истории. В Брестской области места сражений, памятники, музеи форты и крепости рассказывают туристам о событиях знаменитых сражений, войн, а также исторических личностях, который когда-либо проживали на ее территории. Здесь можно посетить места трагедий разных времен, почтить память погибших многих национальностей, принять участие в исторических фестивалях и реконструкциях.

О перспективности развития военно-патриотического туризма в Брестской области свидетельствует и тот факт, что в любую туристическую программу, предлагаемую её турфирмами попадают места, связанные с историей Великой Отечественной войны, либо с иными крупными сражениями, проходившими на её территории. Для желающих узнать историю своей страны, увидеть и прикоснуться к ее прошлому разработаны маршруты, включающие посещение замков, фортов, крепостей, памятников, как групповые, так и индивидуальные.

Самый известный объект военно-патриотического туризма в Брестской области – Мемориальный комплекс «Брестская крепость», который включен в программу посещения всеми турфирмами Брестской области, организующими отдых внутри страны. Мемориальный комплекс также является самым посещаемым военно-историческим объектом Брестской области. По статистическим данным на 2019 год объект посетили 522,4 тыс. человек. Сюда приезжают почтить память не только из уголков Беларуси, но и из России, Польши, Франции, Италии, и других европейских стран, и стран СНГ [3].

В последнее время интерес растет и к таким объектам как Августовский канал – выдающееся гидротехническое сооружение XIX века. Подобные туры сегодня предлагают такие турфирмы Брестской области как: «Центр-тур» – активно предлагает экскурсии на теплоходе по августовскому каналу, турфирма «По Планете» в г. Барановичи привлекает туристов патриотическими турами выходного дня.

История Первой мировой войны не менее актуальна для приезжающих Брестскую область, так как на территории Пинского, Ляховичского, Барановичского и Ивацевичского районов сохранилось множество объектов Первой мировой войны. Не редко Беларусь посещают польские туристы, которые интересуются турами, связанными с историей XIX века. Это восстания, проходившие на территории Беларуси в XIX веке.

Туристический рынок Брестской области может предложить туристу, не только погрузиться в определенную военную эпоху, изучить военную историю страны, но и поучаствовать в реконструкциях, квестах и играх. С этими целями турфирма «Пилигрим» предлагает групповые

экскурсионные и автобусные маршруты, включающие посещение таких объектов как: Мемориальный комплекс «Дремлёво», историко-мемориальный музей «Усадьба Немцевичей», Мемориальный музей – усадьба им. Т. Костюшко и Мемориальный комплекс «Хованщина». Следует отметить, что военно-патриотический комплекс «Хованщина», является страницей истории боевых подвигов и пользуется особой популярностью не только среди взрослых, но и особенно среди детей. На территории присутствует обстановка партизанского лагеря, организовываются игровые экскурсии-квесты, связанные с военной историей, что способствует формированию у детей интереса к военной истории. Ежегодно в последнее воскресенье мая в музейном комплексе «Хованщина» проводится театрализованная экскурсия-рассказ «Один день из жизни партизанского отряда», акция «Ночь музеев» и принимает туристов всех возрастов.

Турфирмы начинают организовывать всё большее количество детских военно-патриотических экскурсий, по доступным ценам, в том числе предполагающие анимационную программу и мастер-классы. В ходе путешествий дети могут посетить следующие объекты: Мемориальный комплекс «Брестская крепость-герой», музей ж/д техники, 5-й форт, военно-исторический музей или музей А.В. Суворова и многие другие.

Еще одним популярным направлением военно-патриотического туризма может в Брестской области может стать посещение военно-технических сооружений. Так, в рамках военно-технического тура предлагают посещение летно-технического комплекса ООО «Западное», в Каменецком районе. Там проводятся обзорные экскурсии на знаменитом АН-2, который активно использовался в советские годы. Самолет пролетает над полями, лесами и болотами Каменецкого района и дает возможность с высоты увидеть красоту белорусского края.

Брестская область в контексте военно-патриотического туризма достаточно привлекательна для туристов, так как имеет все составляющие для его развития – это огромное количество объектов с богатой военной историей, которые находятся во всех районах области и относятся к основным военным эпохам, затронувшим территорию страны, а также интерес туристов, готовых посещать эти объекты и тратить деньги на военно-патриотические туры. Военно-патриотический туризм актуален сегодня и будет актуален всегда, так как способствует не только удовлетворению интереса, связанного с военной историей, но и решению проблемы патриотического воспитания граждан, восстановления и развития историко-культурных и военно-патриотических традиций, изучению военной истории. Он призван воспитать интерес у молодого поколения к героическому или трагическому прошлому своей страны и

охватывает путешествия, связанные с процессом познания людьми жизни, обычаев, устоев, культуры своего народа, непосредственно связанных с военным прошлым.

СПИСОК ИСТОЧНИКОВ

1. Российский энциклопедический словарь «Туризм» / С. Н. Абакумов [и др.]; под общ. ред. С. Ю. Житенёва. – М.: Институт Наследия, 2018. – 490 с.
2. Брестский областной исполнительный комитет [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://brest-region.gov.by/index.php/glavnaya>. – Дата доступа: 21.02.2022.
3. Национальный статистический комитет Республики Беларусь [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://belstat.gov.by/>. – Дата доступа: 21.02.2022.

А.В. СКРЕЧКО

Минск, БГТУ

Научный руководитель – Н.И. Зданович, ст. преподаватель

ВОЗМОЖНОСТИ РАЗВИТИЯ НОСТАЛЬГИЧЕСКОГО ТУРИЗМА В БЕЛАРУСИ (НА ПРИМЕРЕ Г. ПИНСКА)

Пинск – город с девятивековой историей, второй по числу сохранившихся памятников архитектуры в Республике Беларусь. Он – отражение исторической полиэтничности территории нашей страны (здесь издавна бок о бок живут не только белорусы, но и поляки, русские, евреи, украинцы, литовцы и др.).

Большую роль в истории Пинска сыграли именно евреи. Здесь они начали селиться после 1495 г. В 1506 г. 12-15 семей образовали в Пинске еврейскую общину. 9 августа 1506 г. пинский князь Федор Ярославович и его супруга Елена выдали Еско Мееровичу, Песаху Езофовичу и Абраму Рыжковичу жалованную грамоту с разрешением на открытие в Пинске синагоги и устройство кладбища. Именно с 1506 г., по мнению большинства историков, и возникает еврейская община Пинска. В 1560 г. она насчитывала около 275 человек (7% населения города), в 1648 г. – около тысячи (20%). Евреи Пинска занимались арендой имений, брали на откуп сбор налогов и пошлин, вели крупную оптовую торговлю лесом, хлебом, поташом; среди них было также много ремесленников [1].

Уже в XVI в. Пинск был значительным по тому времени городом. По мнению исследователя К. Снитко, в середине века в городе жило от 3000 до 4000 человек женского и мужского пола, было около 25 улиц [2]. Население города разделялось так: ядро – мещанство и шляхта, православное и

католическое духовенство. Еврейская община занимала особое положение в городе. Пинским евреям принадлежала значительная собственность, в том числе немало земли. С начала XVII в. еврейская община Пинска – одна из трех основных общин Литовского ваада. В 1640 г. пинский епископ, подчинив себе евреев, живших на церковных землях, снял с них зависимость от священников местных церквей. Евреи города сильно пострадали во время войн середины XVII в. (в 1648, 1654 и 1660 гг., когда город захватывался и был сожжен и разграблен). Однако им удалось сравнительно быстро восстановить свою хозяйственную и общинную жизнь. В городе начало развиваться еврейское образование и культура. Образование включало в себя традиционное религиозное начальное образование (хедеры и Талмуд-Тора); светское начальное и среднее образование; профессиональное образование.

С начала 1820-х гг. возросло экономическое значение Пинска как центр торговли сельскохозяйственными продуктами и лесом. Значительную роль в торговле сыграли члены семей Лурье и Левиных.

В Пинске работало отделение Общества для распространения просвещения между евреями в России (ОПЕ). После установления советской власти проводилась политика советизации еврейских школ: иврит был отменен, языком преподавания оставлен только идиш. В школы посылали преподавателей из внутренних районов Советского Союза.

Перед началом ВОВ еврейское население Пинска выросло за счет беженцев из оккупированной части Польши и составляло более 22 тысяч человек. Город был захвачен 4 июля 1941 г. И первая акция по массовому уничтожению евреев была проведена ровно через месяц. Было расстреляно большое число мужчин в возрасте от 16 до 60 лет. По мнению израильского историка И. Арада, были уничтожены 4,5 тыс. евреев [3], а гетто было ликвидировано в конце 1942 г.

В настоящее время в Пинске остались здания и памятные места, позволяющие разработать обзорную экскурсию по городу в рамках ностальгического туризма по следам жизнедеятельности общины XIX – середины XX в.

Начать экскурсию можно с ул. Брестской. В конце XIX в. она была главной промышленной улицей города: на ней находится спичечная фабрика, основанная Л. Гиршманом в 1882 г., которая в 1897 г. перешла в руки австрийского подданного И. Гальперина. На рубеже 19–20 вв. это была одна из крупнейших фабрик, где работало около 700 человек и выпускалось до 10 млн. коробков спичек.

На этой же территории находится и бывшая фабрика Лурье, открывшаяся в 1880 г. Когда предприятие разрослось, оно разделилось на три производства: фанерную фабрику, лесопильный завод и фабрику сапожных деревянных

гвоздей. Там стали производить изобретённую Александром Лурье клееную фанеру марки «Tobal», которая высоко ценилась за рубежом.

Следующий объект показа – Полесский драматический театр (расположен на улице Веры Хоружей, 10). Раньше это был старый кинотеатр «Казино», построенный в 1911 г. в стиле модерн на 380 зрительских мест. Владелец был Давид Лейбович Боярский. Через два года хозяин открыл при нем летний кинотеатр. Цены на билеты иногда превосходили стоимости билетов в кинотеатрах Варшавы [4].

Недалеко от театра, на пешеходной улице города, в настоящее время находится здание Пинского городского отдела образования. Но именно в нем в 1858 г. была первая в Пинском повете Минской губернии гимназия, на фронте которой выбита надпись на польском языке: «Мужская государственная гимназия». Здесь в 1885–1892 г. учился уроженец д. Мотоль, первый президент государства Израиль Хаим Вейцман, о чем свидетельствует и мемориальная доска. Гимназия известна не только израильским президентом, но и академиком Жолтовским, а также британским изобретателем сэром Айзеком Шонбергом, выдающимся советским фармакологом Михаилом Мошковским, контр-адмиралом Павлом Трайниным и другими [5]. Бывшая гимназия находится на ул. Ленина, 39.

Четвертый объект показа – это синагога, которая маркирует территорию бывшего гетто. Оно занимало несколько кварталов, а центральные ворота находились на ул. Ленинградской. Рядом, на улице Столярной, остались бывшие еврейские дома.

Выехав с территории бывшего гетто, оказываемся на ул. Иркутско-Пинской дивизии, 12. Там находится бывший молитвенный дом раввинов Перловых. Родоначальник этой династии Аарон Перлов (или Аарон Карлинский), стоял у истоков религиозного течения «карлин-столинский хасидизм». Аарон Перлов родился в Каролине в 1736 г. Дело отца продолжил сын Ошер, переехавший в Столин, что дало название династии. Пинское предместье Каролин было широко известно в ВКЛ, а хасидов называли «карлинерами». В Пинске жил единственный сын основателя хасидизма Баал-Шем-Това. С 1841 г. до 1901 г. молитвенный дом был деревянным, а после пожара в начале XX в. его отстроили из кирпича. Здесь в марте 1941 г. проходил нелегальный съезд раввинов Западной Беларуси и Западной Украины. Впоследствии здание занимали различные учреждения, а потом его превратили в жилой дом. В 1993 г. оно было возвращено Пинской еврейской общине [6].

Следующий объект – это памятник на бывшем еврейском кладбище, на ул. Пушкина. Первый мемориальный знак у 5-ти могил, где было расстреляно 4978 человек, был установлен в 1992 г. Реконструкция памятника проведена иудейской общиной в 2005 г., мемориальный знак был заменен на знак,

выполненный из красного гранита. На нем находятся тексты на белорусском языке, на идиш и иврите: «Здесь место на кладбище Каролин, где убиты последние евреи из малого гетто в Пинске 23.12.1942 г» [7].

Завершаем экскурсию у частного учреждения образования: единственной в Беларуси школы-интернат «Бейз-Агрон». Ее открытие состоялось в 2000 г. В школе идет обучение общеобразовательным предметам, ивриту и еврейским традициям, происходит развитие юных талантов, дети часто путешествуют. Школа финансируется фондом «Израильская семья», который был создан в 2014 г. [8]. В этом же году в ней открыли музей, где рассказывают и показывают события тех веков.

СПИСОК ИСТОЧНИКОВ

1. Путеводитель, Пинск [Электронный ресурс] – Режим доступа: <https://shtetlroutes.eu/ru/pinsk-guidebook/>. – Дата доступа: 20.11.2021.
2. Пинск, карта историко-культурного наследия [Электронный ресурс] – Режим доступа: <https://shtetlroutes.eu/ru/pinsk-cultural-heritage-card/> – Дата доступа: 28.11.2021.
3. Розенблат Е., Еленская И. Пинские евреи. 1939 – 1944 гг. Брест, 1997 г.
4. Хвагин Т.А. Пинск – сердце Полесского края. – Минск: Высшая школа, 2014 г. – 175 с.
5. Пинск польский и Еврейский [Электронный ресурс] – Режим доступа: <https://darriuss.livejournal.com/306809.html/>. – Дата доступа: 01.02.2022.
6. Синагога Пинск [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://planetabelarus.by/sights/sinagoga-konfederatskaya-v-pinske/>. – Дата доступа: 07.03.2022.
7. Холокост на Пинщине. – Пинск: ОДО «Ира Паляшук», 2007 г. – 308с.
8. История евреев [Электронный ресурс] – Режим доступа: <https://books.google.by/Пинск+и+евреи+история/>. – Дата доступа: 07.03.2022.

В. А. ТЕРЕШКО

Брест, БрГУ имени А.С. Пушкина

Научный руководитель – А.Н. Вабищевич, доктор истор. наук, профессор

ПРОБЛЕМЫ И ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ СОБЫТИЙНОГО ТУРИЗМА В ГОРОДЕ БРЕСТЕ

В г. Бресте за его тысячелетнюю историю произошли разнообразные события, накопилось множество достопримечательностей и традиций, который привлекают туристов не только из других регионов Республики Беларусь, но и из зарубежных стран [1]. Теперь приоритетными направлениями в развитии туризма являются культурно-познавательный,

событийный, ностальгический, оздоровительный, экологический, спортивный, этнографический, трансграничный, охотничий, медицинский, агрозкотуризм, а также новые перспективные виды туризма: военно-исторический, промышленный и гастрономический [2].

Событийный туризм в г. Бресте имеет как преимущества, так и недостатки. Принимая во внимания все аспекты можно добиться устойчивого, приносящего прибыль, развития туристической сферы событийной направленности. Тем самым удастся увеличить количество заинтересованных туристов не только из ближайших регионов Беларуси, но и из-за рубежа. Благодаря данным потокам произойдет расширение инфраструктуры туристической индустрии, увеличится занятость местного населения, улучшатся экономические показатели. Нами составлена матрица SWOT-анализа событийного туризма в г. Бресте (таблица 1). Данный метод стратегического планирования позволил выявить факторы внутренней и внешней среды, разделить их на 4 категории. Были использованы некоторые статистические материалы [3; 4] и другие источники.

Таблица 1 – SWOT-анализ развития событийного туризма в г. Бресте

Сильные стороны	Слабые стороны
– Трансграничное положение, способствующее прибытию иностранных туристов; – транспортная доступность из других регионов Республики Беларусь; – наличие инфраструктуры для обслуживания туристов; – наличие ресурсов для развития событийного туризма; – опыт проведения событийных мероприятий; – заинтересованность местного населения в развитии туризма.	– Удаленность от центра Республики Беларусь; – устаревшая инфраструктура и её недостаток; – проблема финансирования событийных мероприятий; – недостаток маркетинговых мероприятий; – сезонный характер основных событийных мероприятий.
Возможности	Угрозы
– Получение государственного финансирования; – развитие туристической инфраструктуры за счет привлечения инвестиций; – сочетание различных видов туризма; – повышение привлекательности города; – создание новых мероприятий.	– Развитие пандемии COVID-19; – низкий спрос на услуги со стороны населения из удалённых уголков Республики Беларусь; – высокая стоимость билетов на междугородний транспорт.

На основе этих данных разрабатываем стратегии развития:

1. Сильные стороны и возможности: благодаря финансированию и заинтересованности местных граждан возможно усовершенствовать уже имеющиеся ресурсы. Возможно использование дополнительных видов туризма для привлечения дополнительных туристов, формирование туристических пакетов услуг.

2. Слабые стороны и возможности: их можно преодолеть благодаря своевременному восстановлению, совершенствованию имеющихся ресурсов, которые имеют тенденцию к изнашиванию, устареванию. Также необходимо использовать новые маркетинговые возможности для привлечения широкой аудитории.

3. Сильные стороны и угрозы: посредством привлечения туристов из ближайшего зарубежья удастся снизить угрозу, которая заключается в низкой посещаемости событийных мероприятий г. Бреста жителями отдаленных регионов Республики Беларусь, вследствие чего поступления в местный бюджет не снизятся. Повышение качества услуг для повышения их конкурентоспособности относительно других регионов позволит развивать данную сферу.

4. Слабые стороны и угрозы: необходима активизация законодательной деятельности государственных органов по поддержке событийного туризма, поиск требуемых финансовых ресурсов для поддержания материальной базы туризма.

Исходя из полученных стратегий получаем матрицу решений по развитию событийного туризма в г. Бресте (таблица 2). Благодаря им удастся продвинуть событийное направление в туризме на более высокий уровень.

Таким образом, проведенный SWOT-анализ позволяет сделать обобщающий вывод, что потенциал г. Бреста для развития событийного туризма используется в достаточной мере. Однако его необходимо совершенствовать, вводить новые направления, которые заинтересуют современного туриста. Препятствиями для его развития являются недостаточная заинтересованность со стороны государственных органов и местного населения, недостаток финансовых ресурсов. При целенаправленной и ресурсно-обеспеченной политике можно нейтрализовать большинство слабых сторон развития событийного туризма в г. Бресте.

Таблица 2 – Матрица решений по развитию событийного туризма в г. Бресте

Факторы	Сильные стороны	Слабые стороны
Возможности	<i>Стратегия прорыва</i> Необходимо совершенствовать имеющиеся ресурсы и использовать их для создания новых туристических продуктов	<i>Стратегия переходного периода №2</i> Привлечение инвесторов и новых туристов будет способствовать развитию событийного туризма в г. Бресте
Угрозы	<i>Стратегия переходного периода №1</i> Благодаря существующему уровню развития имеется возможность для привлечения туристов из близлежащих регионов Республики Беларусь и ближнего зарубежья	<i>Стратегия выживания</i> За счёт внедрения скидочной системы на транспортные услуги и введения трансферы на определённые событийные мероприятия удастся привлечь туристов из отдалённых регионов Республики Беларусь

СПИСОК ИСТОЧНИКОВ

1. Официальный сайт «Планета Беларусь» [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <https://planetabelarus.by>. Дата доступа: 28.09.2021.
2. Официальный сайт Брестского областного исполнительного комитета [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <http://brest-region.gov.by/index.php>. Дата доступа: 28.09.2021.
3. Статистический ежегодник Брестской области. – Минск : Национальный статистический комитет Республики Беларусь, Главное статистическое управление Брестской области, 2021. – 428 с.
4. Туризм и туристические ресурсы в Республике Беларусь : статистический сборник. – Введ. 13.07.2021. – Минск : Национальный статистический комитет Республики Беларусь, 2021. – 31 с.

Т. В. ФЛЕРЬЯНОВИЧ

Минск, БГТУ

Научный руководитель – Н.И. Зданович, ст. преподаватель

ТУРИСТИЧЕСКИЙ ПОТЕНЦИАЛ УСАДЬБЫ «КУХТИЧИ»

Усадьба Кухтичи (теперь посёлок Первомайский Узденского района) – пример памятника усадебно-парковой архитектуры конца XVIII – середины XIX в.). В свое время эта усадьба была одной из самых известных в Минской области. Однако первые сведения об усадьбе Кухтичи относятся к 1590 г.,

когда ими владел род Кавячинских. С ними связано упоминание о началах книгопечатания на территории Беларуси: протестанты братья Кавячинские помогали деятелю Реформации Сымону Будному в 1570-х годах издать его «Библию», благодаря чему в её предисловии появились строки «Писано во Узде, року от нарождения Сына Божиего 1572» [1]. Кавячинские, будучи протестантами, построили в своем владении Кухтичи кальвинский сбор в стиле ренессанс, сохранившийся на территории усадьбы до наших дней. Он находится в северо-восточной части парка. Здание построено в середине XVI в. по типу средневековых кальвинистских сборов и имеет вид оборонительного храма: толщина стен достигает 1,5 м, главный фасад окружен круглыми башнями, а сам объем 12-гранного сооружения создает впечатление небольшой крепости.

Ещё в 1567 г. Ковячинские обратились к королю Жигимонту Августу за разрешением построить в Узде на одноимённой реке порт, через который «витины и всякие товары лесные ходити могли». Король разрешил выпрямить реки Узда и Уса, в которую она впадает «вплоть до самого устья Нёманского» [1]. Частично идею использовать реку для хозяйственной деятельности осуществили следующие владельцы Кухтичей – представители рода Завишей. К этому роду имение перешло в XVII в. Они были католиками, поэтому как и по всей территории ВКЛ, протестантские храмы меняли свою функцию: сбор был переосвящен в костел, в конце XVIII века перестроен в фамильную усыпальницу (возможно, украшением храма занимается известный скульптор Кароль Ельский. Но от бывшего храмового интерьера ничего не осталось, т. к. с 1938 по 1968 годы в стенах храма была оборудована электростанция.

Капитальная перестройка имения в новомодном стиле классицизм была осуществлена в конце XVIII – середины XIX в. Кухтичи превратились в усадебно-парковый ансамбль. Представление о первоначальном облике усадьбы дает рисунок Наполеона Орды [2].

Состояние усадебного комплекса в конце XX в. исследовано А.Т. Федоруком [3]. Он имеет классическую структуру. Прослеживаются остатки главной аллеи усадьбы (в прошлом трехрядной), ведущей к въездным воротам. Она пересекает усадьбу и ведет к мосту через реку Уздянку. Направо от аллеи – старинный парк площадью около 3 га с дворцовым ансамблем. Ближе к реке находился хозяйственный двор с видоизмененными сейчас хозяйственными постройками.

Парковые насаждения также имеют традиционный для классических парков того времени ассортимент деревьев. Среди двухсотлетних древостоев преобладает липа, есть очень высокие 30-метровые клены и дубы. По предположению автора, деревья сформировали в прошлом сложный узор, возможно, лабиринт. В парке встречаются тополя черные. Среди интродуцентов сохранились только сосны Веймутова. Парк овеян легендами о

подземном ходе в церковь и в Узду, о кладе монет, о захоронение любимой собаки хозяина (под насыпной горкой в углу парка).

По одной из версий, автором ансамбля был архитектор Карло Спампани.

Дворцовый ансамбль состоял из трех одноэтажных корпусов: главного корпуса, который не сохранился, и двух боковых флигелей, расположенных симметрично (они сохранились). Размещение ансамбля построек несколько необычно: он обращен в сторону, противоположную парадному входу.

Два флигеля одинаковые, прямоугольные в плане, с анфиладной планировкой и правильным членением стен оконными проемами. Главный фасад выделяется четырехколонным массивным портиком дорического ордера с треугольными плоскими фронтонами, которые украшены сухариками.

Ландшафтный парк расположен с боков и сзади дворца. Парковый фасад зданий был задрапирован пятилистным девичьим виноградом.

На территории парка сохранились хозяйственные постройки. Качеством исполнения, большим размерами (57х18м) выделяется на заднем дворе конюшня, выполненная из крупных камней на известковом растворе. Для использования здания под мастерские размещенного здесь учебного заведения была перестроена фасадная стена и фронтоны.

Внимания заслуживает здание старинной мельницы. Оно прямоугольное в плане (30х15 м) высотой в полтора этажа. Стены фундамента толщиной 1,2 м сложены из крупных валунов. К глухой продольной восточной стене примыкает более низкий корпус в половину размера основного здания. Вековые вербы маркируют место первоначального водоема, входящего в сложную водную систему, включающую канал, соединяющий реки Усу и Уздянку. Тем самым Завиши частично реализовали идею первых владельцев Кухтичей – Кавячинских об использовании реки для хозяйственных нужд.

Деятельность меценатов, благотворительная деятельность – это особая форма людских благодеяний. Деловой мир своими материальными богатствами служил и служит делам милосердия и просвещения. Об этом не забывали все владельцы Кухтичей. Однако самой известной из меценатов рода Завишей была Магдалена Радзивилл. Известность к ней пришла благодаря неиссякаемой благотворительной деятельности и заботе о молодой белорусской культуре. В этом заслуга и ее отца – Яна Казимир Завиши, который был ученым-историком и археологом. В его семье ценили знания и доброе отношение к людям.

В 1904 г. в Англия Магдалена знакомится с князем Николаем Вацлавом Радзивиллом. Он проявляет интерес к белорусскому фольклору, народным традициям и жизни крестьян. Они поженились.

Николай, приняв управление родовым поместьем в Кухтичах, строил железную дорогу, связывая край с внешним миром. Он также занимается

лесным хозяйством, вводит новые технологии в возделывании земель. Продает продукты земледелия и древесины.

Магдалена занимается благотворительностью, немалая часть дохода вкладывается в проекты, которые были призваны улучшить жизнь простых белорусов. Княжеская чета активно финансирует книжные издательства (в том числе «Загляне сонца і ў наша аконца»). В Кухтичи не раз приезжали известные деятели литературы, как в культурный центр.

Благотворительная деятельность Магдалены не прекращалась и во время Первой мировой войны. Не остановила ее и смерть мужа, Николая Вацлава Радзивилла. Его похоронили на территории усадьбы, в бывшем кальвинском соборе, о чем сообщает мемориальная доска на стене храма.

В 1918 г. она покидает Беларусь и с 1932 году обосновалась в Швейцарии и, пока была возможность, оказывала помощь белорусским общинам на Западе. Похоронили ее в 1945 г. в городе Фрибурге. В честь Магдалены Радзивилл была названа улица в Узде.

Магдалена мечтала о возвращении на Родину, но при жизни ей не удалось этого сделать. О желании родственников перевезти прах Магдалены Радзивилл в Минск заявлял еще в 2016 году Мацей Радзивилл. Ее прах был перевезен в Беларусь в феврале 2018 года, погребен на территории костела Пресвятой Троицы (святого Роха), что размещается на Золотой Горке в Минске.

Таким образом, усадьба Кухтичи дает возможность перелистать страницы более чем 400-летней истории культуры Беларуси, отраженной в таких подтемах экскурсионного рассказа, как «Книгопечатание в XVI в.», «Меценатская деятельность магнатско-шляхетских родов Беларуси», «Религиозная жизнь на территории Беларуси в XVI—XX вв.», «Дворцово-парковые ансамбли конца XVIII – середины XIX в. и их структура».

СПИСОК ИСТОЧНИКОВ

1. Местечко Узда [Электронный ресурс] – Режим доступа: <https://tutejszy.ru/minskaya/uzdenskij/uzda/411-mestechko-uzda>. – Дата доступа: 11.03.2022.

2. Міхась Ткачоў, Тамара Габрусь, Анатоль Кулагін, Юры Чантурыя Страчаная спадчына [Электронный ресурс] – Режим доступа: https://knihi.com/Michas_Tkacou/Stracanaja_spadcyna.html#chapter71 – Дата доступа: 11.03.2022.

3. А.Т. Федорук. Старинные усадьбы Минского края. Минск, Полифакт-Лекция, 2000 [Электронный ресурс] – Режим доступа : <https://www.radzima.org/be/object/3155.html>. – Дата доступа: 10.03.2022.

РАЗДЕЛ 3. САНАТОРНО-КУРОРТНОЕ ДЕЛО, ГОСТИНИЧНЫЙ И РЕСТОРАННЫЙ БИЗНЕС, МЕНЕДЖМЕНТ И МАРКЕТИНГ В ТУРИЗМЕ

М. Р. АБРАМУК

Брест, БрГУ имени А.С. Пушкина

Научный руководитель – Грядунова О.И., канд. геогр. наук, доцент

ПОДЗЕМНЫЕ ВОДЫ БЕЛАРУСИ КАК ЛЕЧЕБНЫЙ ФАКТОР

Питьевое лечение минеральной водой – важный аспект санаторно-курортного лечения в Беларуси. Сама природа позаботилась о здоровье человека, подарив множество уникальных источников минеральных вод. Минеральная вода – вода, в составе которой содержится более 1 г солей на 1 л, отличается повышенным содержанием биологически активных компонентов и оказывает лечебный эффект на организм. Для питьевого лечения используются минеральные столовые (с содержанием солей около 2–3 г на 1 л) и лечебно-столовые воды (более 5 г на 1 л), воды с содержанием солей свыше 10 г на 1 л называются лечебными и, как правило, используются для наружного применения.

Полезные свойства минеральной воды и сфера ее применения зависит от химического состава, где главную роль играет количество анионов (хлориды, сульфаты, гидрокарбонаты) и катионов (натрий, калий, кальций, магний). Исходя из состава выделяют гидрокарбонатную, магниевую, сульфатную, хлоридную воду, а также воду смешанного типа.

- Гидрокарбонатная минеральная вода способствует восстановлению нарушенного водно-солевого баланса, врачи в санаториях Беларуси рекомендуют употреблять ее людям, страдающим сахарным диабетом и болезнями почек.

- Магниевая минеральная вода полезна при стрессах и нервных перенапряжениях, поскольку обладает седативным эффектом.

- Сульфатная минеральная вода обеспечивает нормальную деятельность печени и желчевыводящих путей, врачи назначают ее при заболеваниях печени, желчнокаменной болезни и непроходимости кишечника.

- Хлоридная минеральная вода полезна людям с пониженной кислотностью, ведь она способствует выработке в желудке соляной кислоты, а также нормализует работу органов желудочно-кишечного тракта.

- Воды смешанного типа – самые распространенные. Хлоридно-кальциевая минеральная вода полезна для работы сердца и сосудов, гидрокарбонатно-магниевая улучшает обмен веществ, соляно-щелочная назначается при заболеваниях ЖКТ. Калий, кальций, магний, натрий –

жизненно необходимые элементы, дефицит которых приводит к развитию серьезных патологий.

На территории Республики Беларусь распространены хлоридно-натриевые и сульфатно-хлоридно-натриевые минеральные воды (таблица 1), успешно применяемые в санаториях для лечения заболеваний органов пищеварения, желчного пузыря, мочевыводящих путей и обмена веществ.

Таблица 1 – Минеральные воды, применяемые в санаториях Беларуси

Хлоридно-натриевые минеральные воды		
№	Название объекта	Область
1.	детский санаторий Росинка	Витебская
2.	санаторий Гомельского отделения БЖД	Гомельская
3.	ДРОЦ Сидельники	Гомельская
4.	санаторий Солнечный берег	Гомельская
5.	санаторий Сосны	Гомельская
6.	санаторий Чёнки	Гомельская
7.	санаторий Приднепровский	Гомельская
8.	ДРОЦ Птичь	Гомельская
9.	санаторий Пралеска	Минская
10.	детский санаторий Налибокская пуща	Минская
11.	санаторий Приозерный	Минская
12.	санаторий им. В.И. Ленина	Могилёвская
13.	детский санаторий Свислочь	Могилёвская
Сульфатно-хлоридно-натриевые минеральные воды		
1.	санаторий Лётцы	Витебская
2.	санаторий Золотые пески	Гомельская
3.	ДРОЦ Кристальный	Гомельская
4.	ДРОЦ Пралеска	Гомельская
5.	санаторий Белая Русь	Минская
6.	санаторий Сосновы бор	Минская
7.	санаторий Сосны	Минская
8.	оздоровительный центр Тальк	Минская
9.	санаторий Журавушка	Минская
10.	санаторий Нарочанский берег (корпус сан. Нарочь)	Минская
11.	детский санаторий Налибокская пуща	Минская
12.	санаторий Криница	Минская
13.	санаторий Приозерный	Минская
14.	санаторий Рудня	Минская

На территории Брестской области расположено 4 санатория, использующие минеральные воды при лечении различных заболеваний, таких как: хронический гастрит, секреторная недостаточность, болезнь органов пищеварения. Они оказывают противовоспалительное действие, повышают уровень обмена веществ (таблица 2).

Таблица 2 – Минеральные воды, применяемые в санаториях Брестской области

Название объекта	Состав воды
санаторий Берестье (Брестагроздравница)	хлоридно-кальциево-натриевая-бромная
санаторий Берестье (Брестагроздравница)	хлоридно-натриевая-бромная
санаторий Ружанский	хлоридно-кальциево-натриевая
санаторий Солнечный	хлоридно-натриевая-фторосодержащая

Основные виды лечения минеральной водой:

- бальнеологические процедуры (санаторно-курортная процедура, при которой на пациента воздействует сила минеральных вод. Этот метод позволяет максимально учесть индивидуальные особенности человека и может назначаться даже при психологических проблемах, применяется в сан. Берестье, сан. Ружанский, оздоровительном комплексе Сосновый бор, ДРОЦ Жемчужина, сан. Поречье, сан. Альфа-Радон, сан. Белая Русь и др.),

- бассейны с минеральной водой (применяется в сан. Берестье, сан. Боровое, ДРОЦ Сидельники, Центре медицинской реабилитации и бальнеолечения, детском сан. Свислочь, сан. Приднепровский и др.),

- ингаляция и полоскание (применяется в сан. Ружанский, сан. Боровое, сан. Поречье, сан. Белорусочка, сан. Криница, сан. Пралеска, сан. Солнечный берег, сан. Рассвет-Любань, сан. Железнодорожник и др.),

- орошение (радонотерапия в виде орошений широко вошла в практику санаторно-курортного лечения гинекологических заболеваний с хорошим лечебным эффектом, который составляет конкуренцию хирургическому методу лечения, применяется в сан. Берестье, сан. Лесные озёра, ДРОЦ Жемчужина, сан. Золотые пески, сан. Берёзка, сан. Спутник, сан. им. В.И. Ленина, сан. Приозёрный, сан. Гомельского отд. БЖД и др.),

- питьевое лечение (применяется в сан. Берестье, сан. Лесные озёра, детском сан. Росинка, оздоровительном комплексе Сосновый бор, сан. Приднепровском, сан. Сосны, сан. Криница, сан. Белая Русь и др.).

При приеме минеральной воды внутрь ее лечебное действие начинается уже в ротовой полости, затем продолжается в желудке и кишечнике, а завершается после полного всасывания ее элементов в кишечнике. Эффект от лечения минеральной водой зависит от ее состава, температуры, времени и методик приема. Знание состава и свойств минеральных вод и возможности современной бальнеотехники позволяют утверждать, что при правильном взятии воды из источника, розливе её в бутылки и хранении в течение продолжительного времени в основном сохраняется естественный состав минеральных вод, а следовательно, они оказывают на человека то же физиологическое и лечебное действие, что и воды, принятые «непосредственно у источника».

Установлено, что холодная вода возбуждает двигательную функцию желудка и усиливает перистальтику кишечника. Тёплая же вода затормаживает последнюю, способствуя тем самым рассасыванию очагов хронического воспаления. Под воздействием температуры минеральной воды может несколько измениться частота пульса, тонус сосудов и т.д.

В настоящее время ресурсы минеральных вод Беларуси используются лишь с бальнеологическими целями в санаториях, а также для розлива бутилированной минеральной воды.

СПИСОК ИСТОЧНИКОВ

1. Санатории Беларуси [Электронный ресурс] // Национальный правовой Интернет-портал Республики Беларусь. – Режим доступа: https://sanatorii.by/?mod_mineralnie_vody. – Дата доступа: 16.03.2022
2. УЗ «Минский клинический центр физиопульмонологии» [Электронный ресурс] // Национальный правовой Интернет-портал Республики Беларусь. – Режим доступа: <https://2gptd.by/poleznye-sovety/balneoterapiya-lechebnoe-primenenie-mineralnyh-vod.html>. – Дата доступа: 16.03.2022

В.О. БОРИСЮК

БрГУ имени А.С. Пушкина

Научный руководитель – С.В. Артёменко, канд. геогр. наук, доцент

ОБЕСПЕЧЕНИЕ БЕЗОПАСНОСТИ В ОБЪЕКТАХ ГОСТЕПРИИМСТВА

Отели являются одной из самых требовательных к условиям безопасности категорий объектов туристической индустрии, поскольку их потребности многочисленны, и отельеры призваны решать ключевые проблемы, требующие высокого уровня знаний.

Безопасность в отелях – неоспоримое требование для путешественников. В последние годы оно стало мощным маркетинговым ориентиром, поскольку влияет на отзывы путешественников на различных обзорных сайтах и во многих случаях даже на окончательное решение о завершении бронирования.

В то же время вопросы безопасности и то, как они доводится до гостей отеля, требует специального управления, поскольку путешественники хотят быть защищены, но при этом не всегда представляют себе возможные риски, которые могут помешать их пребыванию. Отели превращаются во «временные дома» для туристов, и проблема безопасности в целом должна подразумеваться, а не акцентироваться.

С другой стороны, безопасность в отелях – это проблема, которая должна больше волновать отельеров, поскольку с чисто деловой точки зрения она является важным компонентом функционирования средства размещения. В таком бизнесе, как гостиничный, который представляет собой активное сообщество, работающее 365 дней в году и 24 часа в сутки, требуется осмотрительность, выходящая за рамки требований безопасности каждой страны. Другими словами, любые меры предосторожности должны приниматься с чувством выгоды, а не только с юридическим прикрытием.

Меры безопасности и защиты имеют решающее значение для отеля. Все начинается с того, что необходимо убедиться, что персонал хорошо осведомлен и знает о различных мерах, принимаемых для защиты себя, гостей и любого имущества. Например, одна из мер безопасности, о которой следует сообщить персоналу, касается того, как сотрудники и постояльцы могут оставаться в безопасности в случае чрезвычайной ситуации, такой как пожар и эвакуация, или в случае террористической атаки.

Существует множество способов эффективного управления, оптимизации или улучшения безопасности отеля. Во-первых, все начинается с инвестиций в качественное программное обеспечение для наблюдения, которое хорошо подходит для охвата ключевых областей бизнеса, включая входы и выходы. Во-вторых, это предполагает проведение регулярных совещаний по вопросам безопасности и информационных сессий с персоналом, чтобы держать их в курсе последних событий.

В-третьих, отели, стремящиеся к дальнейшему повышению уровня своей безопасности, должны обновить свои замки или пароли, особенно при смене персонала или нарушениях безопасности. Работая в этой отрасли, необходимо убедиться в надежности нанимаемых людей, которые всегда имеют в виду интересы безопасности гостей и бизнеса.

Одним из главных приоритетов безопасности отеля является обеспечение безопасности гостей. Она становится все более важной с ростом терроризма и глобальным увеличением числа бедствий. Есть несколько ключевых шагов, которые предприятия гостиничного бизнеса могут предпринять для обеспечения большей безопасности гостей [1]. Первый шаг – оценка и смягчение угроз и рисков безопасности. Некоторые места могут быть более опасными, чем другие, стоит знать, какие потенциальные угрозы в них могут быть и как их можно предотвратить.

Затем нужно убедиться, что меры безопасности ясны и видны; это действует как большой сдерживающий фактор. Также важно создать контрольно-пропускные пункты, будь то проверка посетителей и гостей, входящих на территорию или в здание, или что-то еще.

Еще одним важным способом обеспечения безопасности гостей является сопоставление регистрационной информации с документами,

удостоверяющими личность. Таким образом, можно проверить посетителей, кем они себя называют.

Безопасность в гостинице, это не только надежная защита от грабителей, пожаров, террористов, но это и защита гостей и персонала от казусов природы, защита от болезней, от техногенных катастроф. Обеспечение требований по безопасности жизненной деятельности гостиниц минимизирует риск, связанный с испорченным отдыхом туристов, вследствие нарушения их безопасности [2].

Требование по безопасности должны соблюдать в каждой гостинице, независимо от ее местоположения, номерного фонда и т.д. Туристы должны чувствовать себя «как дома» на протяжении всего отдыха.

СПИСОК ИСТОЧНИКОВ

1. Hotel Security: Why Is It Important [Электронный ресурс]. – Режим доступа: www.umbrellasecurityservices.co.uk. – Дата доступа: 15.02.22.

2. Филиппоский, Е.Е. Экономика и организация гостиничного хозяйства. / Е.Е. Филиппоский, Л.В. Шмарова. – Москва, 2008 – 176 с.

Д.Г. ГЛАДУН

Брест, БрГУ имени А.С. Пушкина

Научный руководитель – А.А. Сидорович, канд. геогр. наук, доцент

ИННОВАЦИОННЫЕ МЕТОДЫ ПРОДВИЖЕНИЯ ТУРИСТИЧЕСКИХ УСЛУГ

Продвижение туристического продукта является важной составляющей его конечной реализации на рынке. Закон Республики Беларусь «О туризме» определяет продвижение как комплекс мер, направленных на формирование спроса на туристические услуги, в том числе посредством рекламы, участия в специализированных выставках, ярмарках, создания интернет-порталов, издания каталогов и буклетов [1]. В настоящее время туристический рынок характеризуется высокой конкуренцией, которая обуславливается большим объемом предложений, а также тем, что борьба за привлечение туристов идет на самых разных уровнях, например, между отдельными регионами, гостиницами и туристическими фирмами. Таким образом, для того чтобы вести успешную деятельность необходимо не только произвести высококачественный продукт, но и донести информацию о предлагаемых услугах до потребителя, посредством грамотной политики продвижения.

Продвижение товаров и услуг (в том числе и туристических) носит комплексный характер, так как включает в себя ряд различных компонентов

(средств продвижения), каждый из которых выполняет свои функции и имеет определенные свойства.

Методы продвижения условно можно разделить на классические и инновационные. К классическим методам можно отнести привычные формы рекламы, стимулирования сбыта, выстраивания связей с общественностью, а также совокупность методов персональных продаж [2].

В свою очередь, инновационное продвижение продуктов – это новые или современные методы привлечения клиентов с помощью любых форм сообщений, используемых предприятием для информирования, или напоминания о своих товарах, услугах или о самом предприятии. Роль инноваций в продвижении продукта заключается в том, что нововведения повышают его потребительскую ценность, т.е. совокупность свойств продукта, необходимых для удовлетворения потребностей клиента. Инновационные методы продвижения продукции включают в себя не только что-то новое, но и креативный подход маркетологов к классическим методам продвижения продукции.

В авангарде внедрения новых методов продвижения находится ритейл, ряд инноваций в этой сфере может быть адаптирован для туристической сферы.

Наиболее активно инновации внедряются с помощью использования диджитал-маркетинга – это вид продвижения бренда, товара, или услуги путем использования всевозможных форм цифровых каналов. Этот вид маркетинга позволяет продвигать продукцию как в онлайн, так и в оффлайн форматах. Основные инструменты диджитал-маркетинга [3]:

- SEO-продвижение. Основной его целью является «поднятие» сайта рекламодателя при осуществлении поисковых запросов в браузере, для этого используют поисковую оптимизацию и другие средства.

- Баннерная реклама. Рекламные графические баннеры с предложением продукции размещаются на сторонних тематических ресурсах.

- SMM. Работа по продвижению продукта в социальных сетях. Facebook, Tik-Tok, Instagram, YouTube, ВКонтакте – все эти и многие другие системы можно использовать для продвижения. Социальные сети выступают основным каналом для распространения «вирусного» маркетинга (создание контента с провокационным содержанием, из-за чего пользователи сами начнут распространять его в своих блогах, на страницах в социальных сетях).

- PR/ORM направление. Выстраивание и управление репутацией в интернете. Работа с различными форумами, сайтами, лидерами мнений.

- QR-коды в офлайн. Размещение QR-кодов на различных объектах (чеки в магазинах, рекламные буклеты, плакаты, стенды). Часто используются для побуждения установить приложения или воспользоваться иными цифровыми услугами.

•Digital-витрины. Донесение информации или помощь клиенту осуществляется при использовании цифровых экранов.

•VR, дополненная реальность. Интерактивные каталоги с использованием дополненной реальности, различные игры для детей с использованием VR и дополненной реальности.

•Диджитал-арт. Использование всевозможных произведений искусства, которые транслируются или создаются посредством цифровых технологий. Это могут быть графика, электронная музыка, игры. С их помощью можно продвигать продукт путем брендированных произведений.

Сегодня большое количество компаний уделяют внимание сохранению окружающей среды, что находит отклик среди потребителей. Компании из самых разных отраслей, от производителей высокотехнологичных гаджетов до производителей одежды, активно внедряют концепцию экологического маркетинга. Под которым понимается процесс удовлетворения нужд потребителей путем продвижения продукции, которая наносит минимальный вред окружающей среде на всех стадиях жизненного цикла и созданной при минимально возможном объеме природных ресурсов [4].

К основным методам экологического маркетинга относятся [5]:

- Демонстрация экологической ответственности.
- Разработка различных способов решения экологических проблем.
- Создание новой экологической продукции. Этот подход демонстрирует серьезное отношение компании к проблемам окружающей среды и показывает ее ответственный подход.

- Внедрение безотходных или более безопасных методов производства. Этот подход предусматривает использование биоразлагаемых, либо легко перерабатываемых упаковок, отказ от вредных химических компонентов в своей продукции и многое другое.

Описанные выше методы и технологии с разной степенью интенсивности внедряются в кампании продвижения товаров и услуг предприятий из самых разных отраслей: предприятия розничной торговли, телеком-операторы, предприятия банковской сферы, предприятия общественного питания, производители одежды. Все эти методы могут быть адаптированы под специфические особенности туристического продукта и при должной реализации могут оказаться эффективным инструментом продвижения.

СПИСОК ИСТОЧНИКОВ

1. О туризме: Закон Республики Беларусь [Электронный ресурс], 25.11.1999, № 326-З : в ред. Законов Республики Беларусь от 09.01.2007 № 206-З, от 16.06.2010 № 139-З, от 22.12.2011 № 326-З, от 18.07.2016 № 410-

3 // Национальный правовой Интернет-портал Республики Беларусь. – Режим доступа: <https://pravo.by/>. – Дата доступа: 21.02.2022.

2. Економіка туризму: теорія та практика : підручник / М.П. Мальська [та інш.]. – К. : «Центр учбової літератури», 2016. – 554 с.

3. Digital Маркетинг в деталях [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://ikraine.net>. – Дата доступа: 23.02.2022.

4. Смирнова, Е.В. Экологический маркетинг / Е.В. Смирнова // Практический маркетинг. – 2010. – №4. – С. 9–14.

5. Сервис интернет-продвижения «SendPulse» [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://sendpulse.by>. – Дата доступа 23.02.2022.

В. Э. ЖДАНОВИЧ

Брест, БрГУ имени А.С. Пушкина

Научный руководитель – И.Л. Фёдорова, магистр геогр. наук, ст. преподаватель

ПЕРСПЕКТИВНЫЕ ИННОВАЦИОННЫЕ ТЕХНОЛОГИИ В ГОСТИНИЦАХ И ОТЕЛЯХ

Волна нововведений и инноваций очень быстро захлестнула различные предприятия размещения. На сегодняшний момент, несмотря на условия пандемии COVID-19, отели и гостиницы находятся в стремлении превзойти друг друга и продемонстрировать свои преимущества. Это, конечно же, приводит к разработкам и внедрениям новых технологий, которые так необходимо иметь в конкурентной борьбе. В развитии бизнеса инновации, в принципе, играют большую роль, но еще более значимое место они занимают именно в гостиничной отрасли.

Понятие высокотехнологичных новинок включает в себя инновационные решения, которые могут применяться в самых разных сферах деятельности гостиницы.

На данный момент наличие беспроводного доступа в Интернет (Wi-Fi) обязательно в каждом номере гостиницы. Для посетителей и в большинстве своем для бизнесменов Интернет, который можно подключить к собственному ноутбуку является важной услугой. Однако достаточно сложно постоянно предоставлять посетителям быстрый и качественный доступ, которым они пользуются дома. Именно поэтому поставщики Wi-Fi дают возможность гостиницам самостоятельно контролировать доступ, а именно скорость соединения, объем предоплаченного трафика и времени и др.

Гостиница является наилучшим местом для внедрения новых продуктов, поскольку она предоставляет возможность наблюдать реакции

гостей на ту или иную услугу или товар незамедлительно, а впоследствии при их популярности и успехе, получить клиентов и распространителей рекламы в одном лице. Гостиница – это идеальное место для разработки и апробации новых брэндов.

С созданием новых брэндов и связана волна инновационных технологий. Важно то, что предприятия размещения ориентированы на гостей определенного слоя общества, и являются, немалым подспорьем в прогнозировании потенциальной привлекательности товаров для маркетологов. Нововведения зачастую основываются на открытиях, или создаются на основе новых способов, примененных к уже открытым явлениям.

К примеру, по первому требованию посетителя появляется «Fragrance Butler» с подносом, на котором находятся хрустальные флаконы духов. Гость выбирает понравившийся ему аромат и продолжает заниматься своими делами. Такую услугу оказывают в сети роскошных отелей «Rosewood Hotels & Resorts», которые расположены в Далласе, Мексике и на острове Верджин-Горда. В каждом из них существует определенный набор ароматов, которые составляют так называемое «парфюмированное меню», куда входят духи, соответствующие географическому положению государства, климату и атмосфере отеля в целом.

Некоторые компании, внедряющие свои инновационные технологии в системы отелей, известны далеко за пределами гостиничной индустрии. Примером этому служит компания Apple, которая создала специальное программное обеспечение для автоматизированных систем управления гостиницей. Даже на официальном сайте компании есть разделы, посвященные новейшим разработкам в производстве и обслуживании.

Одной из первых технологии Apple опробовала на себе корпорация Hyatt Hotels. Она запустила планшетные компьютеры iPad 2 со сверхкомпактными двухъядерными процессорами и беспроводным устройством связи. За короткий промежуток времени такими аппаратами были оснащены различные службы гостиниц – службы приема и размещения, служба питания, отделы маркетинга и т.д.

Back-office – система, позволяющая управлять работой персонала и повышать эффективность этой работы. Как следствие, сокращается количество ошибок и улучшается качество обслуживания гостей. Каждый сотрудник использует карманное устройство, которое связано с центральным компьютером гостиницы, и обеспечивает доступ к таким данным как, количество товара на складе, номера, требующие уборки или ремонта, а также особенные пожелания гостей.

На данный момент абсолютное большинство гостиниц и отелей автоматизировано, поскольку это предоставляет удобство и комфорт не

только работникам, но и гостям. Инновации заметно улучшают функционирование служб, что может выражаться, например в:

- компьютерах-наладонниках, которые ускоряют процесс заселения;
- мини-барах, которые генерируют информацию о предпочтениях посетителя и ее запоминают;
- термостатах, которые подстраивают температуру воздуха в номере под максимально комфортную для находящегося в ней человека;
- фильмах цифрового формата;
- сканерах в системе безопасности.

В пятизвездочном отеле корпорации Марриотт «Ренессанс Москва» функционирует меню с интерактивными сенсорными дисплеями, где гости могут смотреть список блюд, представленный семью ресторанами, барами и кафе, а также увидеть их изображения. Всю дополнительную информацию посетитель может узнать, лишь кликнув по экрану.

Бумажные указатели в отелях и гостиницах сменились системой визуального отображения информации, что позволяет довести до гостей сведения о времени и месте планируемой конференции и т.д. За актуальностью информации следит один человек, который в случае чего, в течение одной минуты производит обновление данных. В свободное от мероприятий время на мониторах может отображаться другая, не менее интересная информация, например, о времени работы бара или ресторана, предложения и скидки. Например, в «Ренессанс Москва» электронные терминалы предоставляют информацию о мероприятиях, которые проводятся в городе в данный момент, о местах, потенциально интересных для посещения (театрах, парках и т.д.) Главная особенность заключается в том, что информацию для терминалов могут предоставлять не только работники, но и посетители гостиницы. Это являет собой своеобразную обратную связь, так как гости видят, как персонал участвует в организации комфортного отдыха.

На рынке гостиничных услуг представлены различные инновации, которые в большинстве своем не предусматривают внедрения высокотехнологичных механизмов, при этом обязательно производят впечатление на посетителя.

Примечательно, что при внедрении инноваций необходимо делать оценку рентабельности. Специалистами рекомендовано проводить обновления только в случае, если инновационный бюджет составляет от 1 до 10% инновационного потенциала.

Но, как правило, побуждает гостиницу или отель к инновациям следующие положения:

1. новые задачи или ситуации, решение которых будет иметь спрос на рынке;

2. определяется возможность решения проблем предприятия самостоятельно.

В целом можно сделать вывод, что инновации, конечно же, привлекают внимание со стороны клиентов, а также влияют на имидж предприятий размещения, выводя их на определенные позиции, позволяющие участвовать в конкурентной борьбе среди подобных предприятий.

СПИСОК ИСТОЧНИКОВ

1. Перспективные технологии в обслуживании гостей в отеле [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://scienceforum.ru/2019/article/2018012624> – Дата доступа: 08.02.2022.

2. Инновации в гостиничном бизнесе [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://viafuture.ru/katalog-idej/innovatsii-v-gostinichnom-biznese> – Дата доступа: 08.02.2022.

3. Бизнес-идея № 2714. Дворецкий по запахам [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://www.1000ideas.ru/article/biznes/sfera-uslug/biznes-ideya-2714-dvoretzkiy-po-zapakh/> – Дата доступа: 08.02.2022.

А. Г. КАМЕНЕЦ

Брест, БрГТУ

Научный руководитель – В.В. Зазерская, канд. экон. наук, доцент

ПЕРСПЕКТИВЫ ВНЕДРЕНИЯ ИНТЕРНЕТА ВЕЩЕЙ В ГОСТИНИЧНОМ БИЗНЕСЕ

Несмотря на то, что рынок туристических услуг может показаться более медленным адаптером новых технологий, в эту сферу активно проникают современные инновации, которые позволяют повысить эффективность работы и лучше удовлетворить потребности клиентов. Участники рынка экспериментируют с технологиями, чтобы привлечь как можно больше клиентов, удовлетворить их потребности и существенно сократить расходы.

Одной из технологий, активно внедряемых в индустрию туризма, является Интернет вещей (далее ИВ). Он представляет собой сеть объединенных физических объектов, машин и устройств со встроенными программным и аппаратным обеспечением, которые позволяют осуществлять удаленный контроль и управление на основе собираемых данных [1].

ИВ тесно связан с персонализированным обслуживанием, поскольку помогает собирать данные о предпочтениях клиента, а также дает

возможность подстроить окружающие условия под эти параметры. Рассмотрим возможные варианты внедрения этой технологии, позволяющие повысить эффективность оказываемых услуг, а также определим возможные риски, связанные с ИВ.

Наиболее распространенным вариантом применения ИВ является персонализация гостиничных номеров. Так называемая концепция «подключенной комнаты», предполагает управление клиентом многими функциями комнаты со своего мобильного телефона или с предоставленного планшета. Он может самостоятельно настраивать параметры системы отопления, вентиляции и кондиционирования воздуха или же позволить различным устройствам автоматически регулировать температуру в помещении на основании ранее полученных данных. Такие небольшие персонализированные услуги могут иметь большое значение для многих клиентов, особенно на рынке предметов роскоши, где внимание к мелким деталям больше, чем в среднем или бюджетном сегментах [2].

Автоматические интеллектуальные дверные замки – одна из дополнительных функций, которые могут обеспечить безопасность в гостиничном номере. Вместо использования традиционного ключа, который можно быть утерян либо украден, гости, проживающие в номерах с дверными замками с поддержкой ИВ, могут использовать специальное приложение на своем телефоне для открытия номера. Однако применение ИВ может обеспечить безопасность не только отдельных номеров, но и целого здания. Специально разрабатываемые платформы содержат программы, которые в случае возникновения угрозы мгновенно отправляют сигнал на устройства, приводя в действие дверные замки, аварийное освещение и многое другое [3].

Технологии Bluetooth, GPS и радиомаяков открывают новые возможности для компаний гостиничного бизнеса в предоставлении наиболее релевантной информации для клиентов в зависимости от их местоположения. Это может означать, например, отправку SMS-сообщений об имеющемся меню в ресторане, когда гости находятся неподалеку, или рекламу услуг тренажерного зала, когда они находятся рядом с ним. Это также может означать отправку актуальной информации о местном транспорте и близлежащих достопримечательностях. Компании также могут использовать данные о местоположении клиентов для оптимизации численности персонала [2].

Ещё одно потенциальное использование ИВ предполагает предоставление информации об актуальном состоянии различных устройств, приборов и систем гостиницы, а также возможных угрозах и предупреждениях, свидетельствующих об ухудшении их работы. Это

позволяет выполнять ремонт или замену оборудования до того, как оно выйдет из строя, что может существенно сэкономить ресурсы и снизить расходы [3].

При внедрении ИВ в любой вышеупомянутой форме в гостиничный бизнес следует уделять особое внимание таким аспектам, как безопасность, конфиденциальность и этическая проблема.

Трудности в обеспечении безопасности ИВ являются одним из основных факторов, сдерживающих широкое распространение этой технологии. Количество атак растет высокими темпами из-за сложности и неоднородности устройств. Существует множество различных активных и пассивных атак, нацеленных на конкретное устройство, коммуникационную инфраструктуру либо сервер (DoS-атаки, взламывание учетных записей, внедрение вредоносных программ, атаки на сервер) [4].

Конфиденциальность подразумевает право человека определять, какой объем информации будет доступен для сторонних лиц. Он должен иметь возможность контролировать процессы сбора, обработки, распространения и использования его личных данных. Обеспечение безопасности системы в этом случае является обязанностью владельца бизнеса, который должен защитить своих клиентов от возможных утечек конфиденциальной информации [5].

Любая технология, разрабатываемая на благо общества, зачастую может иметь негативные побочные эффекты. Это порождает необходимость определения этических правил и правовых норм для защиты как отдельных людей, так и бизнеса. Однако, поскольку разработка законодательства под новые технологии обычно идет более медленными темпами, чем развитие самих технологий, ответственность за соблюдение этических норм ложится непосредственно на владельцев бизнеса. Они определяют, какие решения могут быть внедрены, оценивают риски вводимых технологий поскольку правовые нормы могут быть не применимы конкретно к их сфере, а могут и вовсе не существовать [6].

Грамотное внедрение технологий ИВ, учитывающее все возможные риски, поможет туристическому бизнесу повысить свою эффективность за счет более грамотного распределения ресурсов и персонализированного подхода, а потребителям этих услуг сделать процесс путешествий более комфортными и привлекательным.

СПИСОК ИСТОЧНИКОВ

1. Обзор TAdviser Интернет вещей Internet of Things [Электронный ресурс]. – Режим доступа: [https://www.tadviser.ru/index.php/Интернет_вещей_Internet_of_Things_\(IoT\)](https://www.tadviser.ru/index.php/Интернет_вещей_Internet_of_Things_(IoT)). – Дата доступа: 11.03.2022.

2. How the Internet of Things (IoT) can Benefit the Hospitality Industry [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.revfine.com/internet-of-things-hospitality-industry/>. – Дата доступа: 12.03.2022.

3. IoT Smart Hotels: Enabling Innovation in the Hospitality Industry [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.igor-tech.com/news-and-insights/articles/iot-smart-hotels-enabling-innovation-in-the-hospitality-industry>. – Дата доступа: 12.03.2022.

4. M. M. Hossain, M. Fotouhi, and R. Hasan, “Towards an analysis of security issues, challenges, and open problems in the internet of things,” in 2015 IEEE World Congress on Services. IEEE. 2015. с. 21–28.

5. J. L. Williams, “Privacy in the age of the internet of things,” Hum. Rts. 2014. T 41. с. 14.

6. J. H. Ziegeldorf, O. G. Morchon, and K. Wehrle, “Privacy in the internet of things: threats and challenges,” Security and Communication Networks. 2014 T. 7. вып. 12. с. 2728–2742.

А. Ю. КОТЫШ

Брест, БрГТУ

Научный руководитель – В.В. Зазерская, канд. экон. наук, доцент

ИНТЕРНЕТ ВЕЩЕЙ В УМНОМ ТУРИЗМЕ

Индустрия туризма состоит из множества заинтересованных сторон и влияет на общий ВВП любой страны. Время от времени отрасль оживляется благодаря новейшим технологическим достижениям. Индустрия туризма включает в себя услугу от туристического агентства до музея, а также поездки на всевозможных видах транспорта.

Умный туризм опирается на способность не только собирать огромные объемы данных, но и разумно хранить, обрабатывать, комбинировать, анализировать и использовать большие данные для информирования бизнес-инноваций, операций и услуг. Многочисленные технологии поддерживают создание больших данных, и в контексте интеллектуального туризма они часто оказываются в центре внимания. Тем не менее, много инноваций также происходит в других областях больших данных с конечной целью получения интеллектуальных данных, что лежит в основе инициатив умного туризма.

Инновации, основанные на Интернете вещей (ИВ), имеют важные последствия для развития туризма, поскольку путешествия предполагают перемещение во времени и пространстве. Развитие такой среды необходимо, чтобы осознавать контекстуальные потребности

путешественников и удовлетворять их всеобъемлющим, но ненавязчивым образом.

Например, датчики, встроенные в туристические достопримечательности, позволят поставщикам туристических услуг отслеживать местонахождение туристов и их потребительское поведение, чтобы можно было делать предложения на основе их местоположения. Носимые человеком технологии, такие как смарт-часы, играют в этом важную роль, поскольку они не только собирают данные с помощью своих датчиков и камер, но также взаимодействуют с сетью, с ИВ и поддерживают высокий уровень подключения, не мешая работе. На уровне управления этот тип системы может использоваться для контроля количества человек в пределах конкретных туристических объектов с использованием различных датчиков с пропускной способностью каждого объекта [1].

Социальные аспекты также должны быть признаны, поскольку смарт-объекты, встроенные в окружающую среду, могут автоматически запускать передачу сообщений семье и друзьям, чтобы они могли знать, что мы делаем или что мы делали в прошлом, например, переход с одного сайта. к другому или встречи с некоторыми общими друзьями.

В социальной среде мы можем думать об ИВ как о платформе, которая генерирует информацию о «событиях» людей и мест, которая собирается и загружается для предоставления информации о путешественниках на их сайтах социальных сетей.

Интернет вещей для поездов работает в таких его составляющих как система связи, услуги и требования, интеллектуальная инфраструктура (мониторинг, техническое обслуживание, операции с активами и наблюдение), информационная служба (пассажирские, грузовые) и управление поездом. То же касается и самолетов. Внедрение технологии ИВ в транспортную систему повысило безопасность, удобство и общую экономическую выгоду благодаря повышению эффективности и действенности системы [2, с. 2].

В отелях и местах общественно питания используются технологии ИВ аналогичные технологиям умного дома. Система может уведомить гостя о состоянии двери и окна в номере, а если что-то пойдет не так, самостоятельно предпринять действия. Безопасность гостя и безопасность отеля будут экономически эффективными и станут одной из главных причин повторного выбора отеля клиентом. Интернет вещей может повысить точность инвентаризации, сократить количество пищевых отходов и контролировать качество продуктов питания на всех этапах цепочки поставок продуктов питания до кухни [2, с. 4].

Умный город, где также используются технологии ИВ, позволяет туристу уверенней чувствовать себя в незнакомом городе, а использование умных технологий в музеях и других интересных туристам местах, позволит составить хорошее впечатление от проведенного времени.

Таким образом, технологический фактор умного туризма является многомерным и состоит из вездесущей инфраструктуры, более мобильных и контекстно-зависимых информационных систем, а также все более сложной и динамичной связи, которая поддерживает взаимодействие в режиме реального времени не только с физической средой, но и с сообществом, прямо или косвенно связанным с путешественником.

СПИСОК ИСТОЧНИКОВ

1. Gretzel U., Sigala V. Smart tourism: foundations and developments/ U. Gretzel V. Sigala Electronic Markets – 2015.
2. Verma A., Shukla V. Analyzing the Influence of IoT in Tourism Industry/ A. Verma V. SSRN Electronic Journal – 2019.

А. Г. МАЦУКА

Беларусь, Брест, БрГУ имени А.С. Пушкина

Научный руководитель – М.А. Богдасаров, доктор геол.-минер. наук, профессор, член-корреспондент НАН Беларуси

ИСТОРИЯ РАЗВИТИЯ САНАТОРНО-КУРОРТНЫХ ОРГАНИЗАЦИЙ БРЕСТСКОЙ ОБЛАСТИ

Развитие курортного и рекреационного дела на территории, соответствующей современным административным границам Брестской области связано как с изучением и использованием природных лечебных факторов, так и с созданием первых лечебных учреждений, которые в последующем приняли статус санаторно-курортных организаций.

После основания Всероссийской лиги для борьбы с туберкулезом в Беларуси произошло организационное оформление и расширение противотуберкулезной деятельности: открылись местные отделы Всероссийской лиги в Пинске и Лиде в 1912 г.

В Западной Беларуси, находившейся под властью Польши, противотуберкулезная работа велась менее активно: функционировало всего два туберкулезных санатория: Малорита (1924 г.) и Новоеल्या (1928 г.). Последний, республиканского значения, успешно работает и в настоящее время, и находится на территории Гродненской области.

В годы Великой Отечественной войны санаторно-курортный фонд Беларуси был почти полностью разрушен. Только в 1950-е гг. завершилось

восстановление санаторной сети, началось строительство новых санаторных комплексов, которое особенно активно велось в 1970-80-е гг. [1].

31 декабря 1965 г. было подписано распоряжение о строительстве дома отдыха в курортной зоне урочища «Сосновый бор», первых отдыхающих приняли 3 мая 1976 г. Дом отдыха стал функционировать как полноценный санаторий «Буг» с 1 октября 1982 г.

Минеральные воды на территории Брестской области известны с 1960-х гг. при изучении глубоко залегающих (1500–3800 м) водоносных горизонтов в связи с нефтегазопроисловыми работами в пределах Подляско-Брестской впадины. Результатом этих исследований стало выявление новых типов минеральных вод – на глубинах до 1900 м открыты слабо- и маломинерализованные (редко- и среднеминерализованные) воды хлоридного и сульфатно-хлоридного натриевого состава. В настоящее время в пределах этой территории расположены санатории «Брестагроздравица», «Буг», «Надзея», «Солнечный», «Белая Вежа» и «Ружанский». На территории области добываются минеральные воды «Фрост», «Марыля» и минеральная вода санатория «Ружанский».

В 1975 г. открыт первый студенческий санаторий-профилакторий на территории Брестской области в настоящее время принадлежащий Учреждению образования «Брестский государственный технический университет».

Нынешнее открытое акционерное общество санаторно-курортная организация «Брестагроздравица» создано в 1976 г. как санаторий «Берестье», а с 2003 г. получило современное название. На территории санатория были пробурены 4 скважины и выведены минеральные воды двух типов, которые используются как для наружного применения, так и для приема внутрь [2].

В начале 1980-х гг. на территории Брестской области начинают свою деятельность следующие санатории:

- в 1983 г. открыт санаторий «Свитанок» республиканского унитарного производственного предприятия «Гранит», до 2006 г. действовал как санаторий-профилакторий;

- в 1987 г. основан санаторий «Алеся», построен на месте бывшего пионерского лагеря и в начальный период становления функционировал как климатический; в настоящее время является филиалом ОАО «СКО «Брестагроздравица».

В 1988 г. разведано месторождение сапропелей в оз. Тайное Брестского района (ныне – территория биосферного резервата Республиканского ландшафтного заказника «Прибужское Полесье» в 3 км. от санатория «Брестагроздравица»). Грязи могут использоваться в качестве лечебного компонента, но работы по разработке залежей и их добыча не проводились.

На территории Брестской области в 1990-е гг. получила ускоренное развитие ведомственная сеть здравниц:

- в 1990 г. открыт санаторно-оздоровительный комплекс «Чаборок» – закрытого акционерского общества «Барановичский станкостроительный завод «Атлант», с 2006 г. – санаторий;

- в 1993 г. основан санаторий «Надзея» республиканского унитарного предприятия «Брестоблгаз», последняя реконструкция произведена в 2012 г.;

- в 1994 г. начал свою деятельность республиканский санаторий ветеранов войны, труда и инвалидов «Ясельда»; изначально санаторий-профилакторий;

- в 1995 г. открыт санаторий-профилакторий «Магистральный» транспортного республиканского унитарного предприятия «Барановичское отделение Белорусской железной дороги», с 2006 г. получил статус санатория;

- в 1996 г. образован Детский реабилитационно-оздоровительный центр «Свитанок» на базе профилактория ранее существовавшей организации «Главполесьеводстрой»; в 2020 г. открыта оборудованная зона со специальным спуском в воду для лиц с ограниченными возможностями;

- в 1999 г. основан республиканский санаторий для ветеранов войны, труда и инвалидов «Белая вежа», в 2010 г. в нем произведен капитальный ремонт, в 2011 г. открыт третий корпус с номерами «люкс» и «полуплюкс».

В 2000-е гг. продолжают открываться санаторно-курортные организации:

- в 2004 г. открыт Детский реабилитационно-оздоровительный центр «Колос»;

- в 2005 г. основан санаторий «Ружанский»; история санатория начиналась с детского реабилитационно-оздоровительного центра, который динамично все последующие развивался и превратился в ведущий курортно-реабилитационный центр страны;

- в 2006 г. образован второй санаторий-профилакторий в Брестской области – Учреждения образования «Полесский государственный университет»;

- в 2007 г. организован санаторий акционерного сберегательного банка «Беларусбанк» «Солнечный»; учреждение несколько раз меняло профиль своей работы, но с 2011 г., после полной реконструкции, приобрело свой нынешний статус [3].

Некоторые санатории начинали свою деятельность как дом отдыха («Буг»), санатории-профилактории («Брестагроздравица», «Свитанок», «Ясельда», «Магистральный»), климатический санаторий («Алеся»), санаторно-оздоровительный комплекс («Чаборок») и детский реабилитационно-оздоровительный центр («Ружанский»). Первые санаторно-курортные организации были основаны в 1960-е гг., бурное развитие пришлось на 1970–80-е гг. и продолжалось в нынешнем веке.

СПИСОК ИСТОЧНИКОВ

1. Борьба с туберкулезом в Беларуси в начале XX века [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.zdrav.by/infektologiya-i-epidemiologiya/borba-s-tuberkulezom-v-belarusi-v-nachale-xx-veka/>. – Дата доступа: 15.02.2022.
2. Курорты и здравницы Беларуси Справочное издание Досин Ю.М., Ловчая Л.В., Пирожник И.И. [и др.]; под ред. Ю.М. Досина, И.И. Пирожника. – Минск: Белорусская энциклопедия, 2008. – 344 с.
3. Организация санаторно-курортной и туристско-оздоровительной деятельности / М.Г. Ясовеев [и др.]; под науч. ред. М.Г. Ясовеева. – Минск: БГПУ, 2016. – 264 с.

Е. Г. МЕЛЕШКО

Гродно, ГрГУ им. Янки Купалы

Научный руководитель – Т. Н. Боярчук, ст. преподаватель

ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ САНАТОРНО-КУРОРТНЫХ УЧРЕЖДЕНИЙ РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ В УСЛОВИЯХ ПАНДЕМИИ COVID-19

Санаторно-курортные услуги с каждым годом приобретают всё большую популярность как у отечественных, так и зарубежных туристов. Безусловно, до недавнего времени основными потребителями санаторно-курортных и оздоровительных услуг в Республике Беларусь были граждане Российской Федерации и ближнего зарубежья, а также наши соотечественники – граждане Беларуси.

Начиная с 2019 г. международный туристический рынок переживает сильнейший кризис, вызванный пандемией COVID-19. Коронавирус фактически парализовал туристическую отрасль, в том числе и деятельность санаторно-курортного хозяйства. Закрытие государственных границ, приостановка работы ряда туристических предприятий и санаторно-курортных учреждений привели к масштабному кризису туристической отрасли. Вследствие этого актуальным представляется анализ негативных последствий пандемии COVID-19 в деятельности санаторно-курортных учреждений.

В условиях сложившейся эпидемиологической ситуации в современной туристической индустрии начали создаваться специализированные туристические организации для развития и продвижения лечебно-оздоровительного туризма. Однако, колоссальный спад международного туризма, начиная с 2019 г., спровоцировал закрытие не только туристических предприятий, гостиниц, предприятий общественного питания, но и

санаторно-курортных учреждений. Кризисные явления, связанные с пандемией COVID-19, катастрофически сказались на всей туристической отрасли Беларуси.

Пандемия коронавируса парализовала международный туристический бизнес, сведя до минимума все туристические услуги. В 2020 г. как международный, так и отечественный туристический рынок переживает сильнейший кризис. Закрытие государственных границ, отмена большинства регулярных и чартерных пассажирских авиаперевозок, приостановка работы туристических предприятий и других объектов туристической инфраструктуры привели к полномасштабному кризису международного туризма.

Согласно данным ЮНВТО, число международных туристических прибытий в январе-октябре 2020 г. сократилось на 75% по сравнению с аналогичным периодом 2019 г. [1]. Потери доходов от международного туризма только за январь-октябрь 2020 г., согласно экспертной оценке ЮНВТО, составили от 910 миллиардов долларов до 1,2 триллиона долларов, а число туристических прибытий снизилось более чем на 850 миллионов [1]. Такое падение туристической отрасли стало крупнейшим в истории международного туризма. Колоссальный спад международного туризма спровоцировал закрытие тысяч туристических предприятий, гостиниц, предприятий общественного питания, санаторно-курортных учреждений и иных субъектов туристической инфраструктуры. По оценкам ООН, туристическая индустрия потеряла порядка 120 миллионов рабочих мест [2, с. 64].

В течение 2021 г. и по настоящее время пандемия коронавируса обусловила коренной пересмотр развития туристической индустрии и бизнеса в целом, в частности, поспособствовало изменению технологий обслуживания в туризме и гостеприимстве с учетом новых реалий туристического обслуживания, санитарно-гигиенических стандартов и стандартов безопасности в обслуживании отдыхающих. Подобные меры привели к использованию методов социального дистанцирования, ужесточению санитарно-гигиенических требований к субъектам туристической инфраструктуры, изменению формата туристических путешествий, обслуживанию туристов и предоставлению основных услуг для отдыхающих.

Изменения, касающиеся предоставления лечебных и оздоровительных услуг в санаторно-курортных учреждениях были разработаны Министерством здравоохранения Республики Беларусь совместно с Республиканским центром по оздоровлению и санаторно-курортному лечению населения с учетом складывающейся эпидемиологической ситуации по COVID-19. В данных рекомендациях изменены подходы к приему

отдыхающих. Теперь при поступлении в санаторно-курортную либо оздоровительную организацию необходимо предоставить отрицательный результат ПЦР-исследования, выполненного не позднее трех суток до даты прибытия. В случае предоставления оригинала либо копии документа на бумажном носителе о проведенном курсе вакцинации против COVID-19, если от момента его завершения прошло не менее одного месяца и не более 12 месяцев, результат ПЦР-теста не требуется. Граждане Беларуси, привитые от коронавируса, предоставляют сертификат о вакцинации либо иной медицинский документ, подтверждающий ее проведение.

Кроме того, в рекомендациях предлагается обратить внимание на максимальное общение и дистанцирование отдыхающих, вакцинацию работников против COVID-19, а также принятие дополнительных мер – при возникновении предпосылок эпидемиологического неблагополучия.

В связи со сложной эпидемиологической ситуацией, начиная с 2019 г. значительно сократился рост прибытий иностранных туристов, в том числе и отдыхающих в санаторно-курортных учреждениях Республики Беларусь. Тем не менее, значительно увеличился рост посещаемости наших соотечественников, что было обусловлено переориентацией санаторно-курортного комплекса на местных потребителей. Белорусы стали чаще посещать санатории, в первую очередь благодаря частичному перепрофилированию санаторно-курортных учреждений и высокому уровню обслуживания. В частности, многие санатории Беларуси стали предлагать и реализовывать целые комплексы лечебных программ по реабилитации людей после COVID-19, что, безусловно, повлияло на рост посещаемости и рентабельности отечественных санаториев.

Несмотря на негативные последствия пандемии COVID-19 необходимо выделить ряд преимуществ санаторно-курортных организаций, позволяющих им уверенно развиваться в реализации туристического бизнеса.

1. Санаторно-курортные организации представляют собой синтез гостиничных, рекреационных, лечебно-оздоровительных и медицинских услуг.

2. Возможность реабилитации после перенесенного заболевания COVID-19, что является наиболее актуальной проблемой в настоящее время.

3. В профильных санаториях по основному лечению опорно-двигательного аппарата, сердечно-сосудистой системы, желудочно-кишечных заболеваний предлагаются специальные программы по омоложению лица и организма, похудению, лечению позвоночника, программы по укреплению иммунитета.

4. Развитая материально-техническая база: наличие комфортабельных корпусов, коттеджей или летних домиков, наличие SPA-комплекса, бани,

кафе, магазинов, высокотехнологичного оборудования для обследования, лабораторий

5. С целью рекреации для отдыхающих большие возможности изоляции от «большого города» с целью минимизировать контакты с людьми.

6. Организация работы многих санаториев построена таким образом, чтобы избегать большого скопления людей: расписание процедур, организация питания в столовой в несколько смен, создание большего числа точек, где можно оплатить услуги.

7. Реализация системы скидок для постоянных клиентов, пенсионеров, медицинских работников, многодетных семей, а также сезонные скидки, также некоторые санатории предлагают +1 день пребывания в санатории в подарок.

8. Для иностранных туристов основным преимуществом белорусских санаториев является доступная цена. Также предлагается дополнительная услуга – подготовка необходимых документов для пересечения границы, что помогает туристам без лишнего стресса приехать в санаторий [3, с. 40].

Безусловно, пандемия коронавирусной инфекции (COVID-19) оказала существенное как негативное, так и положительное влияние на развитие туристической отрасли Республики Беларусь, что отражается и на деятельности санаторно-курортных учреждений.

Рассматривая положительные факторы, оказавшие влияние на потенциал Беларуси, следует выделить рост:

- количества размещения граждан Беларуси в санаторно-курортных организациях;
- спроса на лечебно-оздоровительные услуги;
- количества дней размещения в санаторно-курортных организациях;
- потребностей в рекреационных услугах.

Рассматривая проблемы и трудности в развитии туристического рынка и в деятельности санаторно-курортных учреждений Республики Беларусь в условиях пандемии COVID-19, мы попытались выделить факторы, повлиявшие на развитие санаторно-курортных организаций в период пандемии, и определили укрепление потенциала и их развития в 2021-2022 гг. в Республике Беларусь. Ряд преимуществ и естественных особенностей дает возможность прогнозировать дальнейшее улучшение показателей и быстрый выход из кризиса, благодаря востребованности внутренним рынком услуг лечебно-оздоровительного туризма.

СПИСОК ИСТОЧНИКОВ

1. International Tourism and COVID-19 [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.unwto.org/international-tourism-and-covid-19>. – Дата доступа: 20.02.2022.

2. Демьянов, С. А. Негативные последствия пандемии COVID-19 для белорусского туристического рынка / С. А. Демьянов // Туризм и гостеприимство. – 2020. – № 2. – С. 64-69.

3. Костенко, Н. В. Санаторно-курортные организации туристической отрасли Республики Беларусь в период пандемии / Н В. Костенко, А. А. Зайко // Туризм и гостеприимство. – 2021. – № 2. – С. 34-41.

К.А. МЕЛЬНИКОВА

Брест, БрГУ имени А.С. Пушкина

Научный руководитель – А.Д. Панько, канд. истор. наук, доцент

МЕСТО САНАТОРНО-КУРОРТНОГО ЛЕЧЕНИЕ В ОТРАСЛЕВОЙ СТРУКТУРЕ ТУРИЗМА

Здоровье – самое важное свойство живого организма, применяемого к человеку, показатель качества жизни, мера духовной культуры и результат нравственных уложений социальной политики государства.

Невозможно отрицать, что по мере ускорения научно-технического прогресса, процессов урбанизации, развития промышленности и многого другого, что принесло положительные последствия для жизни современного общества, все это также дало и отрицательные результаты, которые сказались на здоровье всего человечества. Эти последствия включают в себя снижение функциональных возможностей организма человека, роста заболеваемости, разнообразные стрессы, которые помогают организму накапливать физическую и умственную усталость.

В то же время в мире есть тенденция признавать важность здорового образа жизни. Неотделимой частью современной системы ценностей является забота о здоровье, повышении жизнедеятельности. Все больше и больше людей стремятся к хорошему физическому состоянию и духовному обогащению. Взгляды работодателей на своих работников претерпели изменения. Это увеличило экономический интерес первых, поскольку теперь каждому работодателю нужны физически здоровые работники.

Санаторно-курортное лечение и оздоровление – это профессиональная медицинская помощь, которая осуществляется в терапевтических, профилактических и реабилитационных целях. В его основе лежит применение природных лечебных факторов с учетом пребывания человека на курорте, в санатории или в лечебно-оздоровительной организации.

Санаторно-курортное лечение направлено на:

1) усиление защитных, а также приспособительных реакций организма с целью профилактики заболеваний и оздоровления;

2) регенерацию и компенсирование функций организма, которые были нарушены вследствие операций, травм или хронических заболеваний, удлинение периода ремиссии, замедление развития заболеваний и предупреждение инвалидности в качестве одного из этапов медицинской реабилитации.

Санаторно-курортное лечение включает в себя медицинскую помощь, осуществляемую санаторно-курортными организациями в профилактических, лечебных и реабилитационных целях. Для такого лечения используют природные лечебные ресурсы, которыми располагает данная лечебно-оздоровительная местность.

Лечебно-оздоровительный сервис имеет ряд присущих только ему особенностей:

- пребывание человека на курорте, должно быть длительным, не менее трех недель. Только в этом случае достигается необходимая эффективность т.к. специфика приема процедур, предусматривает по 10 процедур, чередующихся между собой;

- лечение на курортах стоит дорого (хотя в последнее время стали разрабатываться сравнительно дешевые туры). Этот вид туризма рассчитан в основном на состоятельных клиентов, которые все больше ориентируются не на стандартный набор медицинских услуг, а на индивидуальную программу лечения. Также этот вид туризма включает больных, за которыми оплачивает государство или предприятия;

- питание также имеет особое значение для здоровья и должно иметь несколько вариантов диетических столов;

- на курорты едут в основном люди средней и старшей возрастной групп, когда у них обостряются хронические болезни или слабеющий организм не в силах справляться с каждодневными стрессами на работе и в быту.

Основой для рационального отдыха и лечения на курорте должен быть научно-обоснованный режим с широким использованием физиотерапевтических процедур и лечебной физической культуры. Не следует забывать про оптимальные условия для отдыха, которые должны исключать конфликтные и психотравмирующие ситуации в период пребывания на курорте. Смена обстановки больного из привычных условий труда и быта, привычных природных условий, также входят в комплекс курортных факторов.

По своей сути лечение санаторно-курортными способами является наиболее естественным и физиологичным. Этот способ лечения и оздоровления особенно эффективен при многих заболеваниях, а особенно после исчезновения острых проявлений болезни, т.е. в период ремиссии.

Разумное использование лечебных физиологических факторов у определенного больного подразумевает точное соблюдение методов проведения процедур. К тому же, лечащий врач больного обязан учитывать патогенетическую и этиологическую аргументированность применения выбранного физиологического фактора, индивидуальную особенность движения заболевания, специфичность лечебного действия избранного фактора, и, конечно же, исходное состояние организма у больного.

Санаторно-курортные услуги как часть сервисной сферы обладают особыми чертами, к которым относятся: изменчивость качества, неосвязаемость, невозможность их хранения и неспособность отделить их от источника производства.

В более ограниченном понимании санаторно-курортные услуги – это услуги, предоставляемые предприятиями размещения, расположенными в курортных местностях, отдыхающим с целью удовлетворения их потребностей в санаторном лечении и курортном отдыхе. В данном контексте они составляют часть рекреационных услуг.

Под рекреационной услугой понимают выгодное (производящееся за денежную плату полезное действие), которое выполняется особым методом организованным предприятием, направленное на удовлетворение нужд человека в восстановлении утраченных сил путем краткосрочного изменения места своего проживания или на месте с целью лечения, развлечений, отдыха, получения новых ощущений и с познавательной целью. В свою очередь сфера рекреационных услуг является подсистемой более крупного структурного образования – сферы отдыха.

В Республике Беларусь отрасль санаторно-курортного хозяйства занимает особое место. Исторически сложилось так, что Беларусь была полем битвы для многих сражений и войн, что не могло не сказаться на состоянии территории этой страны. К тому же, все мы помним про аварию на Чернобыльской АЭС, которая послужила дополнительным толчком для развития здравниц в стране.

К сожалению, деятельность санаторно-курортного комплекса Республики Беларусь в последние годы претерпела изменения вследствие эпидемической ситуации. И все же, после процесса реформирования в 2004 г. на территории страны наблюдался стабильный рост санаторно-курортных учреждений. Данный факт позволяет сделать предположение, что после приспособления санаторно-курортного хозяйства Беларуси к современным реалиям, развитие данной отрасли туризма не заставит себя ждать.

Таким образом, санаторно-курортное лечение является одним из наиболее значимых видов деятельности для любого человека на

протяжении всей его жизни. Оно помогает не только предотвратить многие заболевания, но и также помогает людям почувствовать себя лучше и восстановить свои силы. Это является очень важным критерием для комфортной и полноценной жизни, к которой в современном мире стремится каждый из нас. Именно поэтому санаторно-курортное лечение занимает особое место в структуре туризма и, несомненно, с каждым годом будет занимать все большее и большее значение в нем.

К. А. ПРАВКО

Гродно, ГрГУ им.Янки Купалы

Научный руководитель – Т.Н. Боярчук, ст. преподаватель

ИСТОКИ И РАЗВИТИЕ ГОСТИНИЧНОГО БИЗНЕСА В ТУРИСТИЧЕСКОЙ ИНДУСТРИИ

Несмотря со сложной эпидемиологической ситуацией, вызванной пандемией COVID-19, в настоящее время туристический бизнес продолжает активно развиваться. Индустрия гостеприимства является одной из самых значимых в сфере туризма. В современном туристическом бизнесе для путешествующих важно предоставление основных услуг гостеприимства, включая услуги по размещению и питанию отдыхающих.

Индустрия гостеприимства в целом и гостиничный бизнес, в частности, отличаются увеличенной уязвимостью, проявляющейся в высочайшей степени их открытости внешним влияниям и тесной зависимости конъюнктуры гостиничного рынка и, в целом, становления туризма от неблагоприятных мировых событий, в том числе в настоящее время от сложной эпидемиологической ситуации, вызванной COVID-19. Гостиничные предприятия – это важнейшая составляющая часть туристического бизнеса. И если будет эффективно развиваться туризм как один из ведущих отраслей мировой экономики, то, несомненно, и сфера гостеприимства будет признана как одна из более многообещающих и получит официальную помощь со стороны государственных органов управления. Тем самым роль гостиничного сектора в развитии туристической индустрии невозможно переоценить.

Термин «гостеприимство» (в английском языке «hospitality») происходит от латинского «hostel», откуда происходит и французское «hotel», что в переводе обозначает «отель» [1, с. 28]. Таким образом, индустрия гостеприимства ассоциируется, в первую очередь, с деятельностью гостиничных предприятий. В гостиничном бизнесе акцент делается, прежде всего, на оказании услуг гостям по предоставлению им проживания и питания.

Появление и становление гостиничного хозяйства плотно переплетено с ситуацией развития сферы туризма и гостеприимства. Первые гостевые дома – прототипы передовых гостиниц, как и сама сфера по обслуживанию путешественников, появились в далеком прошлом – больше чем за 2 тыс. лет до н.э. – с момента возникновения древневосточных цивилизаций. В частности, в Ассирии встречается возникновение караван-сараев – первых помещений для временного пребывания и отдыха путешественников. Таким образом, начиная с самого начала развития цивилизации, люди путешествовали и были вынуждены где-то останавливаться на ночлег.

В эпоху античности римляне строили специальные здания, отведенные для путешествующих по государственным надобностям. Эти здания, расположенные вдоль главных дорог, можно считать прообразами постоянных дворов. С античных времен и до сих пор основной туристический поток происходил в летний период. Так в античности, фактор особых событий, когда в определенное время и в конкретное место съезжалось большое количество гостей, обеспечивал повышенный спрос на услуги размещения гостей: ярмарки, праздники и т.д.

Особую роль в возникновении индустрии гостеприимства сыграло становление торговых связей на Ближнем Востоке, в Азии и Закавказье. По территории данных ареалов проходили крупнейшие торговые пути, по которым двигались караваны с товаром. Для организации ночлега путешественников вдоль торговых путей создавались специальные пункты размещения караванов – «рай» (помещения для пребывания и отдыха путников), включающие, как правило, помещения для людей и загон для верблюдов и лошадей. Все это было окружено высокой стеной, защищавшей от ветра, дождя, бури, а также от грабителей и разбойников [2, с. 87-89].

Таким образом, развитие торговли и крупнейшие торговые пути способствовали возникновению прототипов первых гостиниц, которые строились вдоль торговых путей.

В средние века на становление предприятий гостеприимства значимое воздействие имело религиозное мировоззрение и христианское вероучение. В данную историческую эпоху большое количество людей осуществляли паломничество к святым местам, а убежище путешественники находили в монастырях и аббатствах. Необходимо отметить, что церковь обязывала монастыри оказывать приют паломникам – кормить и организовывать для них ночлег. Предоставляемые монастырями благотворительные предложения путешествующим по организации ночлега явилось очередным этапом становления услуг гостеприимства и размещения для путешественников.

Развитие частных постоялых дворов и таверн стало известно уже в позднее Средневековье. Так, в Великобритании в 1530-х гг. король Генрих VIII перевел церковное имущество в светскую и странствующие люди уже не имели больше возможности на бесплатное размещение в монастырях и были вынуждены останавливаться в частных постоялых дворах за оплату услуг размещения.

Следующий важный период в развитии гостиничного хозяйства связан с установлением в Европе постоянной почтовой и транспортной сети. Вдоль почтовых магистралей размещались почтовые станции для государственного транспорта, служившие еще и местом для отдыха; также они скрывали людей от ненастья. В Западной Европе эти станции назывались «дилижансы» [3, с. 64].

К XVI веку относится открытие первых кофеен, ставших центрами культурной жизни того времени. Их появлению способствовало распространение в Западной Европе таких экзотических напитков как кофе и чай. Первые европейские кофейни были открыты в 1652 году в Лондоне и в 1683 году в Вене [3, с. 66]. В частности, в Вене впервые был предложен кофе, подслащенный медом и разбавленный молоком. К концу XVII века кофейни на европейском континенте стали довольно распространенным явлением.

Понятие «отель» появилось в XVIII в. во Франции, где первоначально отелем именовали многоквартирное здание, в котором квартиры сдавались постояльцам для проживания на месяц, на неделю и даже на один день. Вскоре этот термин широко распространился в Америке. Большинство таверн быстро переименовали в отели, что, по мнению владельцев, придавало им европейский (французский) шик.

Принято считать, что Соединенные Штаты Америки являются родиной большинства нововведений в сфере индустрии гостеприимства. Потребность в гостиницах в этой стране всегда была очень велика в силу непрерывного потока эмигрантов, которые нуждались во временном размещении, и тем самым, непрекращающийся спрос способствовал бурному развитию гостиничного бизнеса. В 1794 г. в США была открыта первая гостиница – 70-комнатный «Сити-отель» на Бродвее в Нью-Йорке. В 1829 г. в Бостоне открылся отель «Тремонт» – первый в США отель первого класса с коридорными, регистратурой, замками на дверях номеров (2-хместных и 1-местных) и даже с бесплатным мылом для гостей. Это событие и положило начало гостиничному буму в этой стране. [4, с. 78]. В середине XIX века в стране действовал первый отель с центральным отоплением. К концу XIX столетия в США были распространены два типа гостиниц: шикарные и простые. Таким образом, одни были большими и роскошными – с просторными вестибюлями, залами для балов. Они

располагали всеми возможными в то время удобствами – лифтом, туалетами, электрическим освещением и др. Другие, маленькие и устаревшие, предлагали услуги размещения по низким ценам.

Дальнейшее развитие гостиничного бизнеса в большой степени связано с североамериканским континентом. Во-первых, постоянно прибывающему потоку иммигрантов требовалось временное размещение, поэтому спрос на гостиничные услуги не уменьшался. Во-вторых, из-за отсутствия в США дворцов, где можно было бы проводить балы и общественные мероприятия, гостиницы не только занимались расселением постояльцев, но и выполняли общественную функцию. В гостиницах предусматривался зал для проведения общественных мероприятий и организации танцевальных вечеров, которые устраивались в залах гостиниц вплоть до 1950-х гг. В связи с этим гостиничный бизнес в США успешно развивался долгое время.

Первые американские гостиницы располагались рядом с вокзалами и портами. В штате Канзас Фред Харвей в 1876 г. открыл привокзальную гостиницу, что обеспечивало постоянный поток клиентов. Гостиницы высшего класса обслуживания появились в крупных городах Европы и Америки в конце XIX – начале XX в. Потенциальными потребителями стали новые миллионеры и старая знать, для которых путешествия были модным времяпрепровождением.

Несомненно, история становления и развития гостиничной индустрии в Европе и США, а также развитие массового туризма в начале XX века способствовало становлению и усовершенствованию туризма и гостиничного бизнеса.

С начала XX века и до настоящего времени характерно массовое развитие гостиничной индустрии и формирование индустрии гостиничных услуг. В 20-е гг. XX века появились мотели как принципиально новый тип предприятия сферы гостеприимства, которые были рассчитаны на ночлег постояльца с автомобилем. Быстрое развитие мотелей было обусловлено бурной автомобилизацией США. В 40-е гг. XX столетия гостиничный бизнес практически не развивался, что обусловлено вовлечением многих стран во Вторую мировую войну, парализовавшую туризм. В связи с отсутствием постоянного потока клиентов гостиничное хозяйство постепенно приходило в упадок. Новые гостиничные здания не строились, а старые перепрофилировались для нужд армии и тыла. В 1950-е гг. формируется мощная индустрия отдыха, использовавшая передовые методы управления и производственный цикл. В 50-60-е гг. XX ст. в Европе строится множество гостиниц, мотелей и увеселительных заведений. Поскольку туризм был ориентирован на прием американских

туристов, гостиницы адаптировались под стандарты, принятые в США. Многие гостиницы строились по американским проектам.

К началу XXI в. в мире насчитывалось более 300 тыс. разнообразных гостиниц – одноэтажных и многоэтажных, плавающих и подводных, маленьких и больших, дешевых и дорогих, шумных и уединенных. Однако строительство новых отелей привело к снижению коэффициента их загрузки. В связи с развитием индустрии туризма, которая сейчас выходит на первое место в мире по объему продаж среди других отраслей экономики, значение гостиничного сектора тоже будет возрастать.

СПИСОК ИСТОЧНИКОВ

1. Барчуков, И.С. Гостиничный бизнес и индустрия размещения туристов: учебное пособие / И. С. Барчуков, Л. В. Баумгартен, Ю. Б. Башин, А. В. Зайцев – Москва: КноРус, 2019 – 165 с.
2. Березовая, Л. Г. История туризма и гостеприимства: учебник для среднего профессионального образования / Л. Г. Березовая. – М.: Издательство Юрайт, 2019. – 477 с.
3. Лойко, О. Т. Туризм и гостиничное хозяйство: учеб. пособ. / О. Т. Лойко – Томск: Издательство ТПУ, 2015. – 152 с.
4. Туризм и гостиничное хозяйство: учебное пособие. 2-е изд-е. – М: ИКЦ «МарТ»; Ростов н/Д: Издательский центр «МарТ», 2011. – 352 с.

Я.А. ПРОКОПЮК

Брест, БрГУ имени А.С. Пушкина

Научный руководитель – С.А. Заруцкий, канд. геогр. наук, доцент

ОСОБЕННОСТИ МАРКЕТИНГОВОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ СПОРТИВНЫХ КЛУБОВ ПО ВЗАИМОДЕЙСТВИЮ С БОЛЕЛЬЩИКАМИ (НА ПРИМЕРЕ ГФК «ДИНАМО-БРЕСТ»)

Спортивный маркетинг – это непрерывный поиск возможностей комплексного решения как непосредственных, так и косвенных задач потребителей спорта, компаний, работающих в спортивной сфере и других физических лиц и организаций, связанных со спортом в условиях изменчиво и не предсказуемой среды, характерной для самого понятия «спорт» [1, с. 5].

За последние годы технологии работы с фан-клубами спортивных организаций претерпели серьезные изменения. Профессиональные спортклубы, уже не рассматривают любителей спорта как пассивную безликую массу, готовую потреблять только ту информацию, которую предоставит тот или иной клуб, газета, телеканал или радиостанция. За

истекшее десятилетие болельщики технически и технологически перевооружились, стали более информированными, образованными и эрудированными. Теперь для них обычным явлением является наличие собственных сайтов фан-клубов, где болельщики общаются и делятся впечатлениями. По сути дела, болельщики сами стали образовывать медийную среду того или иного спортивного клуба.

Спортивный маркетинг в Республике Беларусь находится на стадии становления и относится к числу перспективных и бурно развивающихся направлений по работе с общественностью. Среди спортивных клубов Беларуси наиболее успешную маркетинговую деятельность по взаимодействию с болельщиками ведет футбольный клуб «Динамо-Брест». Масштаб маркетинговой деятельности данного клуба достаточно велик.

На сегодняшний день футбольный клуб является связывающим звеном между футболистами, персоналом и организациями. В структуре клуба трудятся два сотрудника по работе с болельщиками, которые выполняют следующие задачи:

- Налаживание доверительных отношений с болельщиками;
- Доведение до болельщиков достоверной информации о спортклубе;
- Изучение настроения в среде болельщиков;
- Организация и проведение дополнительных мероприятий для зрителей.

Маркетинговая деятельность футбольного клуба включает в свой состав товарную, ценовую, распределительную и коммуникационную политику клуба (согласно концепции «4Р»). Товарная политика представляет совокупность мероприятий по формированию конкурентных преимуществ и создание продукта, который обеспечивает клубу определённую прибыль.

Главный продукт футбольного клуба – спортивное событие, которое не является товаром в его материальной форме. В дни матчей клуб активно старается создавать атмосферу праздника в городе. Элементом маркетинга является наличие официальной группы поддержки (чирлидинг) «Динамо-BrestGirls «BIGSTAR». Основная задача группы поддержки – отвлечь внимание болельщиков на матче во время перерыва. Так же за полтора часа до начала игры на территории стадиона «Брестский» начинает свою работу фан-зона (зона гостеприимства). На каждом матче присутствует своя развлекательная программа. Часто проводятся автограф-сессии футболистов клуба. Так же в фан-зоне работает фуд-корт, зона аквагрима, фотозона, кикер и другие развлечения.

Ценовая политика представляет собой совокупность мероприятий, которые использует клуб при формировании цен на спортивное событие. На все домашние матчи в сезоне клуб разработал абонемент, который

имеет ряд преимуществ, таких как доступ в зону гостеприимства, приоритетное право выкупа и скидки на билеты, доступ на открытые тренировки и другие.

Распределительная политика предполагает формирование систем и каналов продаж, используемых клубом для реализации билетов и клубной атрибутики. На сегодняшний день билеты можно приобрести тремя способами:

1. На сайте dynamo-brest.by;
2. В кассе футбольного стадиона;
3. На сайте билетного оператора 24afisha.by.

Коммуникационная политика обеспечивает передачу информации существующим и потенциальным спонсорам, СМИ для продвижения спортивного события и создания положительного имиджа команды.

Одним из элементов маркетинга команды, является активное продвижение клуба через социальные сети. Это позволяет аудитории быть в курсе событий происходящих в команде и укрепить связь с болельщиками. По количеству подписчиков в социальных сетях клуб занимает лидирующее место среди футбольных клубов Беларуси.

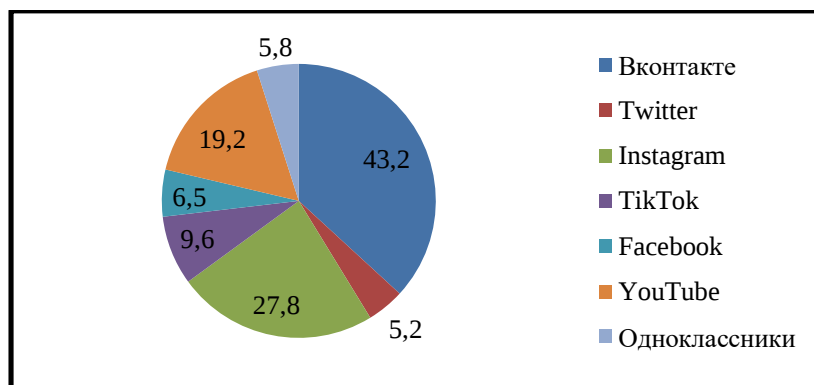


Рисунок 1 – Структура распределения подписчиков «Динамо Брест» по социальным сетям клуба

Клуб принимает участие в благотворительных акциях. Например, ежегодно в конце августа в рамках акции «Делай Добро» все пришедшие на стадион гости могут передать подарки к началу учебного года для ребят из социального приюта.

Матчи с участием команды пользуются большой популярностью среди любителей футбола. Средняя посещаемость домашних матчей «Динамо-Брест» в сезоне 2021 составила 3 362 тыс. человек за матч. Этот показатель посещаемости значительно выше, чем у других футбольных клубов Высшей Лиги в Беларуси.

В настоящее время болельщиков привлекает не только результат команды, но и самоотдача футболистов. Зритель хочет видеть красивую

игру и желание бороться за высокие результаты. Атмосфера на стадионе «Брестский» во время матчей динамовцев не сравнится с другими футбольными матчами Высшей Лиги Беларуси.

Результативность хорошей работы футбольного клуба с болельщиками – это залог его успешного продвижения, которое в свою очередь обеспечивает укрепление имиджа клуба и оказывает позитивное влияние на финансовую составляющую его деятельности.

Из выше сказанного можно сделать вывод, что благодаря успешной маркетинговой деятельности ГФК «Динамо-Брест» это:

- один из самых посещаемых футбольных клубов Беларуси;
- один из самых популярных спортивных клубов в стране, который отличается высокой информационной поддержкой со стороны СМИ и телеканалов;
- лидер в Республике Беларусь по количеству подписчиков в социальных сетях.

Популярность и зрелищность спортивных событий футбольного клуба «Динамо-Брест» во многом опирается на клубную работу, которая строится на основе формирования эффективных маркетинговых программ и в том числе рассчитанных на взаимодействие с болельщиками.

СПИСОК ИСТОЧНИКОВ

1. Артемисия, А. Маркетинг спорта / Артемисия А., Дэйв А., Энн Б., Джон Б., Саймон Ч. – Электрон. текстовые данные. – М.: Альпина Паблишер, 2017. – 706 с.
2. Официальный сайт футбольного клуба «Динамо-Брест» [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://dynamo-brest.by/dynamo-1/news>. – Дата доступа: 16.02.2022.

А. А. САЗОН, С. А. ДОЛМАТ

Гродно, ГрГМУ

Научные руководители - Л.А. Пирогова, доктор мед. наук, профессор;
В.В. Григоревич, канд. ист. наук, доцент

ВОССТАНОВЛЕНИЕ ФИЗИЧЕСКОЙ РАБОТОСПОСОБНОСТИ ПАЦИЕНТОВ ПРИ САНАТОРНО-КУРОРТНОМ ЛЕЧЕНИИ С ИСПОЛЬЗОВАНИЕМ ГРЯЗЕРАЗВОДНЫХ ВАНН

Оздоровление и профилактическое лечение в санаториях лиц, имеющих заболевания желудочно-кишечного тракта, опорно-двигательного аппарата, нервной и сердечно-сосудистой систем, является важным этапом не только предотвращения прогрессирования заболеваний,

но и предупреждение рецидивов [1]. Помимо природных, климатических факторов, диетотерапии общеизвестно, что физические методы являются важной составной частью санаторных лечебных комплексов, формирующих программы реабилитации пациентов с данной патологией.

Высокий уровень обще-соматической заболеваемости населения в определенной мере обусловлен интенсивностью воздействия экологических факторов, которые в своем проявлении, как правило, неспецифичны. В этой ситуации важную роль играет санаторно-курортная помощь, так как только в условиях санатория в полном объеме обеспечивается использование природных курортных факторов [1].

В настоящее время в лечебно-профилактических учреждениях Республики открыты и функционируют стационарные и амбулаторные отделения медицинской реабилитации. Накоплен определенный опыт работы, активно внедряются новые методы восстановительного лечения. Однако реабилитация на санаторном этапе в Республике Беларусь ещё не достигла должного уровня развития. [1]. Изучение местных природных факторов и их использование является важным и перспективным направлением.

Заболевания органов пищеварения среди болезней терапевтического профиля имеют большой удельный вес. Это связано со многими причинами: нерациональное питание, переедание, недоедание, нарушение режима питания, однообразие в приёме пищевых продуктов, вредные привычки, наследственный фактор, инфекционные причины (хеликобактерии) и др. Как правило, заболевания желудка и двенадцатиперстной кишки (хронический гастрит, язвенная болезнь) носят хронический характер, поэтому требуют проведения длительного лечения в условиях стационара, поликлиники и санатория. В этой ситуации важную роль играет санаторно-курортная помощь, так как только в условиях санатория в полном объёме обеспечивается использование природных курортных факторов, соответствующий двигательный и режим питания. Учитывая, что санаторно-курортное лечение получают лица среднего и пожилого возраста, у них, как правило, имеются сопутствующие заболевания: дегенеративно-дистрофические заболевания позвоночника и суставов, артериальная гипертензия, ишемическая болезнь сердца, болезни обмена веществ и др. В нашей республике профильными санаториями для лечения заболеваний желудочно-кишечного тракта, патологии опорно-двигательного аппарата, нервной системы, обмена веществ считаются: «Поречье», «Криница», «Сосны», «Пралеска», «Свислочь», «Беларусь» (г. Друскининкай, Литва) и др.

Месторождение минеральных вод на территории санатория «Поречье» Гродненского района Гродненской области Республики

Беларусь находится в 17 км от г. Друскининкай. Лечебная вода этого месторождения по химическому составу согласно ГОСТ 13273-88 приближается к типу друскининкайских минеральных вод.

Второй особенностью данного санатория является использование лечебных сапропелевых грязей озера Дикое Дятловского района Гродненской области смешанного и карбонатного типов. Они рекомендованы для наружного применения в виде аппликаций, электрофореза, пелоидофонофореза при заболеваниях нервной системы, опорно-двигательного аппарата, в гинекологии, косметологии и терапии.

Отличительной особенностью санатория «Поречье» является внедрение нами нового метода сочетанного использования минеральной воды, смешанной с сапропелевой грязью в виде ванн. Это дает возможность одновременно воздействовать на организм пациента двумя природными факторами и таким образом повысить физическую работоспособность. Кроме этого, такой подход экономически более эффективен, т.к. позволяет пациентам принять большее количество процедур за курс санаторно-курортного лечения.

Целью настоящего исследования явилось: на основе разработки и внедрения дифференцированной системы применения грязеразводных ванн повысить физическую работоспособность пациентов и улучшить их качество жизни.

Для выполнения поставленной цели сформулировали задачи исследования: оценить клинико-функциональное состояние пациентов, проходящих лечение в условиях санатория «Поречье» Гродненской области; провести велоэргометрическое тестирование для выявления переносимости физической нагрузки у пациентов, проходящих восстановительное лечение в санатории для определения необходимого разведения сапропелевой лечебной грязи в минеральной воде.

Обследовано 36 пациентов с патологией органов пищеварения в стадии ремиссии и некоторыми сопутствующими заболеваниями. В зависимости от методов применения естественных природных факторов, характера заболевания, функциональных возможностей и пола, пациенты были разделены на 3 группы: 1-я группа – пациенты, получившие ГРВ 1:1 (12 человек). В нее вошли пациенты более молодого возраста, имеющие среднее физическое развитие и средние показатели толерантности к физической нагрузке. 2-я группа – пациенты, получившие ГРВ 1:2 (12 человек). В эту группу вошли пациенты среднего возраста со сниженными показателями физического развития и толерантности к физической нагрузке. 3-я группа – пациенты, получившие ГРВ в виде «болтушки» – это разведение сапропелевой грязи в минеральной воде из расчета 10 кг грязи на 400 л воды (12 человек). В этой группе были лица пожилого

возраста с низкими показателями физического развития и толерантности к физической нагрузке. Пациенты, находящиеся в санатории, были в возрасте от $38,3 \pm 2,1$ до $67,7 \pm 1,4$ лет. Контрольная группа – 40 практически здоровых человек, не получавших ГРВ.

С целью изучения толерантности к физической нагрузке у пациентов применили велоэргометрический тест. Оценивали работоспособность по Astrand. Полученные данные сравнивали со средними показателями здоровых лиц работоспособного возраста – контрольная группа.

При проведении велоэргометрического тестирования была выявлена низкая переносимость физической нагрузки у обследованных пациентов, проходивших восстановительное лечение в условиях санатория «Поречье». Эти данные легли в основу определения необходимого разведения сапропелевой грязи в минеральной воде «Поречье». Чем ниже переносимость нагрузки, тем больше разведение.

Таким образом, из опросника о пользе санаторно-курортного лечения отметили: улучшение общего самочувствия – 98,8%, отсутствие обострений после лечения – 80,7%, боли, снижение аппетита, изжога, отрыжка, нарушение стула отсутствовали – у 91,9% пациентов после санатория.

СПИСОК ИСТОЧНИКОВ

1. Антонов, И.П. Сапропелевые грязи Белоруссии и их лечебное использование / И.П. Антонов, Э.С. Кашицкий, В.С. Улащик // Методические рекомендации. – Минск : 1980. – 13 с.

Д. В. ХОЛОЛОВИЧ, П. С. ЗДАНЕВИЧ

Брест, БрГТУ

Научный руководитель – Т.А. Будурян, ст. преподаватель

МАРКЕТИНГ В ИНДУСТРИИ ТУРИЗМА

В наше время маркетинг в области туристского бизнеса – это система организации целой деятельности туристической фирмы на базе комплексного исследования рынка, а также реальных запросов потребителей с целью получения прибыли.

Цели маркетинга считаются инструментом для достижения целей компаний индустрии гостеприимства. Вся деятельность организации гостеприимства основывается на трех основных принципах: направленность на потребителя, на цели, на системный подход. Окончательной точкой рыночных изучений считается обнаружение

целевого рынка, на котором организация способна осуществить с максимальной отдачей собственные производственные возможности.

Важной задачей управления маркетингом считается влияние на уровень, время, а также характер спроса на одном либо нескольких целевых рынках предприятия. Более результативное управление спросом требует от компании ориентации на потребителя и регулярного использования технологий и инструментов маркетинга.

Маркетинг в сфере туризма – это деятельность по планированию и разработке туристских товаров и услуг, продаже, продвижению товаров и услуг, стимулированию на них спроса и ценообразованию [1].

Данная деятельность может помочь продвинуть товары или услуги от производителя к потребителю с целью получения максимальной прибыли при максимально результативном удовлетворении потребностей целевой группы туристов.

Своеобразный вид маркетинга в туризме обуславливается отличительными чертами и характеристиками туристского продукта и кроме того особенностью потребителей и производителей туристских товаров и услуг.

Туристский продукт – это комплекс вещественных и невещественных потребительских стоимостей, требуемых с целью удовлетворения потребностей туриста, появившихся в период его путешествия. Турпродукт состоит из трех элементов: тура (туристская поездка согласно конкретному маршруту); туристско-экскурсионных услуг (размещение, питание, транспортировка, экскурсионные программы, а также прочие услуги на маршруте, которые относятся к цели путешествия) и товаров – предметов потребления [2].

Туристские услуги обладают 7 характерными чертами:

1. Неспособность к хранению. Зоны в гостинице или на самолете, в случае отсутствия на них спроса в этот период, никак не могут быть складированы с целью их реализации в будущем. Таким образом, менеджерам следует применять усилия к стимулированию спроса на эти услуги в этом кратковременном периоде.

2. Малоаметность услуг. Для оценки продукта отсутствие мерных величин: нереально обладать представлением о качестве продукта вплоть до его покупки и пользования.

3. Склонность к сезонным колебаниям. Рекламные события турфирмы станут различаться в пик сезона и в межсезонье. В межсезонье нужны вспомогательные меры стимулирования спроса: невысокие цены, разнообразные дополнительные услуги и предложений.

4. Существенная неподвижность, любовь к конкретному месту (турбаза, аэропорту, так как их нереально переместить в другое место).

5. Расхождение во времени факта реализации туруслуги и ее пользования. Приобретение услуг туризма делается за недели или за месяцы до начала их покупки. В этом случае значительную роль играет рекламная печатная продукция, которая показывает явную информацию о приобретаемом турпродукте. Главное значение на стадии реализации турпродукта придается степени достоверности информации, а также надежности продукта (соотношение качества товара и его стоимости).

6. Территориальная разобщенность покупателя и производителя на туристическом рынке. Значимы события по информированию и рекламе в наиболее просторном уровне.

7. Потребитель преодолевает расстояние, отделяющее его от продукта и места производства, но никак иначе.

Таким образом, индустрия – это непростая концепция, симбиоз экономики, политики, социологии, экологии и культуры, по этой причине, чтобы достичь положительного маркетингового эффекта необходима близкая координация маркетинга разных учреждений области туризма.

СПИСОК ИСТОЧНИКОВ

1. Квартальнов В.А. Туризм [Электронный ресурс] // Глава 13. Сущность и особенности маркетинга в туризме. 2010 г. Режим доступа: <http://www.h-l.ru/marketing.htm>. Дата доступа: 01.03.2022.

2. Гостиницы и гостиничный бизнес [Электронный ресурс] // Маркетинг в сфере туризма. 2007-2017 г. Режим доступа: http://tourlib.net/books_tourism/kvartalnov_tourism13.htm Дата доступа: 01.03.2022.

Д. В. ХОЛОЛОВИЧ, П. С. ЗДАНЕВИЧ

Брест, БрГТУ

Научный руководитель – Т.А. Будурян, ст. преподаватель

СОЦИАЛЬНО-ОТВЕТСТВЕННОЕ ИНВЕСТИРОВАНИЕ В ТУРИСТИЧЕСКОЙ ОБЛАСТИ

В расширенной трактовке общественные вложения отождествляются с инвестициями, которые ориентированы на ужесточение общественной ориентации финансовой системы: стимулирование финансового подъема, обеспечение гарантированного уровня образования, достижение экологической защищенности и врачебной поддержке, питания. Главной считается черта общественного инвестирования как энергичности субъектов инвестиционных отношений, направленной на получение конкретного «полезного эффекта» для общества. По-другому говоря,

общественные вложения имеют все шансы быть ориентированы во всякий план, который реализуется в общественной среде [1].

Значимыми соучастниками торго общественно-отвечающих вложений считаются различные информативные учреждения, а также компании, которые реализуют высокопрофессиональное исследование фирм с точки зрения их общественной ответственности. Разные ассоциации и форумы, осуществляющие информационную поддержку рынка. Это своеобразная инфраструктура рынка, которая сопровождает его развитие [2]. Суть общественных вложений, как правило, выражается как механизм синхронного удовлетворения нужд как коллективного, так социального разделов.

Можно отметить, что во взаимосвязи с данным, количество ключевых основ общественного инвестирования содержит, во-первых, наличие положительного эффекта для инвестора, во-вторых, наличие положительного эффекта для общества.

Таким образом, результативность общественно-отвечающего инвестирования сопряжена с достижением его основной миссии – реализацией способности совмещения доходов и ценностей инвестора.

Остановимся на концепции корпоративной социальной ответственности (КСО) и ее реализации в сфере туристического бизнеса.

В международной практике корпоративная социальная ответственность – это не принудительное вложение фирмы в формирование общества в социальной, экономической и экологической сферах, напрямую связанное с основной деятельностью компании и выходящий за рамки определенного законом минимума [2]. При этом, мы считаем, что основной характерной особенностью концепции КСО являются меры, которые фирмы могут совершать сверх законодательного минимума и по своей воле, одновременно придерживаясь собственным конкурентным интересам и действуя на пользу общества.

Туристский бизнес должен понимать, в главную очередь, общественные, финансовые и природоохранные результаты своей работы, в какой бы точке мира он ни работал. Туристские фирмы должны нести значительные затраты в природоохранном и общественном направлениях своей работы, создавать социально ориентированные стратегии и концепции. Все это осуществляется под влиянием государства, и по собственной инициативе фирм, что в результате создает их рыночную и социальную репутацию.

Для любого туристического предприятия каждый инвестор ассоциируется с конкретным размером либо потоком экономических инвестиций. При этом вкладываться могут как заемные, так и личные ресурсы. Основными анализируемыми показателями на данном уровне

инвестиционной деятельности являются: ожидаемая прибыль; сроки окупаемости вложений; полномочия инвестора на управление инвестируемым предприятием; степень коммерческого риска инвестора. С оптимизацией абсолютно всех данных условий инвестиционного процесса связаны пути и темпы формирования любого туристского предприятия.

Субъективные факторы целиком находятся в зависимости от деятельности государства и самого субъекта хозяйствования. Внешние факторы оказывают значительное воздействие на выбор форм инвестирования, более важными являются темпы инфляции и процентные ставки на финансовом рынке, природные, политические факторы.

Роль государственных институтов состоит в том, чтобы создать благоприятные условия для привлечения в страну социальных инвесторов, что будет содействовать формированию общественной сферы, улучшению благосостояния граждан, а также развитию высокой социальной ответственности у предприятий.

СПИСОК ИСТОЧНИКОВ

1. European SRI Study 2018 [Электрон. ресурс]. – Режим доступа: <https://www.eurosif.org/wp-content/uploads/2018/11/European-SRI-2018-Study.pdf>. Дата доступа: 01.03.2022.
2. Сайт Агентства социальной информации [Электрон. ресурс] – Режим доступа: <http://www.soc-otvet.ru>. – Дата доступа: 01.03.2022.

РАЗДЕЛ 4. ЭКСКУРСОВЕДЕНИЕ И КУЛЬТУРНОЕ НАСЛЕДИЕ В ТУРИЗМЕ

К. Н. АВРУСЕВИЧ

Брест, БрГУ имени А.С. Пушкина

Научный руководитель – Т.П. Савчук, канд. истор. наук, доцент

ПАМЯТНИКИ ВЕЛИКОЙ ОТЕЧЕСТВЕННОЙ ВОЙНЫ НА ТЕРРИТОРИИ ИВАЦЕВИЧСКОГО РАЙОНА

В разных уголках Беларуси, потерявшей в годы Великой Отечественной войны каждого третьего жителя, созданы символические мемориальные комплексы, установлены монументы и памятники.

Это событие не минуло стороной и Ивацевичский район. С 24 июня 1941 г. до 12 июля 1944 г. г. Ивацевичи были оккупированы немецко-фашистскими захватчиками [1].

Напоминанием об этих событиях нам служат памятники, установленные на братских могилах и местах массового уничтожения мирного населения. К таким памятникам относится «Братская могила советских воинов и партизан» в г. Ивацевичи. Этот памятник был установлен 60 воинам и партизанам, погибшим в боях с немецко-фашистскими захватчиками в 1941–1945 гг. Среди похороненных – воины 20-го стрелкового корпуса 28-й армии 1-го Белорусского фронта, погибшие 12 июля 1944 г. при освобождении города, а также один из организаторов и руководителей партизанского движения на территории Брестской области Константин Демьянович Толочко. В 1956 г. на могиле установлен памятник – скульптура воина [2].

Кроме того, на городском кладбище сооружен обелиск, посвященный 102 воинам, погибшим в боях с немецко-фашистскими захватчиками в 1941 и 1944 гг. [2].

На улице Черткова г. Ивацевичи на месте, где в 1941–1944 гг. фашистами были расстреляны свыше тысячи мирных жителей, подпольщиков Ивацевичского района и военнопленных, установлен мемориальный знак [2].

Также стоит отметить деятеля подпольной комсомольской организации В.С. Клютко и партизанского связного Л.М. Букшту, на месте казни которых в 1966 г. установлена стела в г. Ивацевичи. Похоронен В.С. Клютко в д. Яглевичи Ивацевичского района [3].

Памятник в честь советских воинов, освобождавших Ивацевичский район от немецко-фашистских захватчиков в июле 1944 г., был установлен в 1994 г. в г. Ивацевичи на улице Дзержинского [2].

Мемориальный знак в г. Коссово, установленный на братской могиле советских воинов и партизан, свидетельствует о 68 погибших воинах и партизанах. Среди них: партизаны отрядов им. К.Е. Ворошилова, им. Г.М. Димитрова и им. Н.А. Щорса, погибшие 2 августа 1942 г. при разгроме фашистского гарнизона в г. Коссово; воины 19-й механизированной бригады (командир – полковник В.В. Ершов), 9-го танкового полка (командир – капитан М.Н. Боровский) и 75-го самоходно-артиллерийского полка (командир – подполковник П.Е. Карпенко), освобождавшие город в 1944 г. [3].

«Курган памяти» установлен в г. п. Телеханы, на западной окраине. Курган насыпан в 1967 г. для увековечения памяти земляков, погибших на фронтах и в партизанской борьбе, а также замученных немецко-фашистскими захватчиками в годы Великой Отечественной войны.

В центре г.п. Телеханы находится братское кладбище советских воинов и партизан. В 1952 г. на кладбище был установлен стандартный обелиск, увенчанный пятиконечной красной звездой. В 1989 г. появилась мемориальная архитектурная композиция из железобетона авторства Г.В. Литвака.

В д. Бобровичи установлен памятник жертвам фашизма. В сентябре 1942 г. отряд гитлеровцев ворвался в деревню. Фашисты сожгли заживо 676 жителей и всю деревню (164 двора). В 1953 г. в память о жертвах фашизма установлен обелиск. Деревня увековечена в мемориальном комплексе «Хатынь».

В д. Святая воля в 1967 г. установлен обелиск «Памятник землякам», в память о жителях (61 человек) деревень Долгая, Малая Гать, Святая Воля, Турная, погибших в годы Великой Отечественной войны.

Памятники Великой Отечественной войны играют важную роль в общественной и культурной жизни Ивацевичского района, сохранении исторической памяти, способствуют патриотическому воспитанию молодёжи.

СПИСОК ИСТОЧНИКОВ

1. История Ивацевичского района [Электронный ресурс]. – Режим доступа: https://http://ivacevichi.brestregion.gov.by/index.php?option=com_content&view=article&id=12104&Itemid=838&lang=ru – Дата доступа: 28.02.2022.

2. Мемориальные и туристические объекты Ивацевичского района [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://tourism.rooiivacevichi.gov.by/туристические-объекты/мемориальные-объекты> – Дата доступа: 28.02.2022.

3. Памятники истории и культуры Ивацевичского района [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://sitnikpw.wixsite.com/ivacevichi> – Дата доступа: 28.02.2022.

В. М. БАСІНСКАЯ

Гродна, ГрДУ імя Янкі Купалы

Навуковы кіраўнік – В.Г. Карнялюк, канд. гістар. навук, дацэнт

ДА ПРАБЛЕМЫ ПАВЕЛІЧЭННЯ ТУРЫСТЫЧНАЙ ПРЫВАБНАСЦІ ГУДЗЕВІЦКАГА МУЗЕЯ

Тэма развіцця ўнутранага турызму ў апошнія гады становіцца ўсё больш актуальнай, улічваючы наступствы пандэміі і тых працэсаў, што адбываюцца ў грамадстве. Чым лепш мы будзем ведаць гісторыю сваёй краіны, яе цікавыя мясціны, тым лепш зможам данесці да іншых яе ўнікальнасць і самабытнасць. А адметных і малавывучаных месцаў у Беларусі застаецца яшчэ шмат.

Установа культуры «Гудзевіцкі дзяржаўны літаратурна-краязнаўчы музей» бярэ пачатак ад школьнага музейнага пакойчыка, стварэннем якога яшчэ ў 60-ых гадах мінулага стагоддзя пачаў займацца Алесь Мікалаевіч Белакоз, тады настаўнік беларускай мовы і літаратуры Гудзевіцкай сярэдняй школы.

На жаль, не захавалася дэталёвага апісання і пераліку тых рэчаў, што ўвайшлі ў склад першай музейнай экспазіцыі, якая была адчынена 2 лютага 1968 г. Падзея была прымеркавана да 130-годдзя Кастуся Каліноўскага, што паказвае ў першую чаргу выхаваўчую ролю той справы, якой займаліся настаўнік з вучнямі [1].

Значнай падзеяй для музея стала адкрыццё этнаграфічнага аддзела – хаткі, перавезенай з вёскі Семярэнкі, першая экскурсія тут была праведзена 6 студзеня 1981 г. Работу па перавозцы здзейснілі будаўнікі калгаса імя Д.М. Карбышава.

У 1981 г. ў Гудзевічах быў пабудаваны тыпавы двухпавярховы будынак школы, таму тры старыя будынкі, дзе раней месцілася школа, засталіся пустымі. Экспанаты на той момант размяшчаліся ў адным пакойчыку, але колькасць іх пастаянна расла. Тады пад музей аддалі цэлы будынак, дзе пасля рамонту ў 1984 г. была адчынена новая экспазіцыя, якая складалася з дзвюх літаратурных залаў, залы народнай творчасці, залы літаратурнага мастацтва [1]. Гэта быў новы этап у развіцці музея ў Гудзевічах. Сродкі на рамонт і пабудову экспазіцыі зноў жа выдзяляла мясцовая гаспадарка – калгас імя Д.М.Карбышава, які ў той час узначальваў Міхаіл Сцяпанавіч Пронька.

У першай літаратурнай зале наведвальнікі знаёміліся са звесткамі па гісторыі ўзнікнення і паходжання назвы вёскі Гудзевічы, былі прадстаўлены матэрыялы пра Францыска Скарыну і іншых беларускіх асветнікаў. Другая зала расказвала пра класікаў беларускай літаратуры, з

многімі з якіх вялася актыўная перапіска. Тут выстаўляліся лісты, фотаздымкі і кнігі з аўтографамі Уладзіміра Дубоўкі, Канстанцыі Буйла, Уладзіміра Караткевіча, Івана Мележа, Максіма Танка і многіх іншых знакамітых літаратараў. У трэцяй зале размяшчаліся узоры разнастайных вырабаў з жалеза, з дрэва, з саломы і лазы, тканя і вышываныя рэчы, карункі, кераміка і нават беларускамоўны глобус, выпушчаны ў 1939 г. для беларускай гімназіі ў Вільні. Чацвёртая зала ўяўляла сабой збор карцінаў беларускіх мастакоў на тэмы тых літаратурных твораў, якія вывучаліся ў школьнай праграме ці мелі дачыненне да музейнай экспазіцыі. Усе гэтыя работы ў розныя гады былі падараваны музею.

Новы этап у развіцці Гудзевіцкага літаратурна-краязнаўчага музея пачаўся, калі загадам Гродзенскага ўпраўлення культуры №10 ад 12 лютага 1990 г. на аснове рашэння Мастоўскага раённага Савета народных дэпутатаў №269 ад 17 студзеня 1990 г. ён стаў дзяржаўнай установай культуры. З гэтага часу музей набыў сталае фінансаванне, быў сфарміраваны штат: дырэктар, захавальнік фондаў, навуковы супрацоўнік і тры назіральнікі. Уначаліў музей Алесь Мікалаевіч Белакоз [1].

Паколькі музею быў аддадзены яшчэ адзін стары будынак школы, пачалося афармленне дзвюх залаў лёну і ткацтва. У гэтым жа будынку адзін з былых класаў быў адведзены пад фонды. Музей размяшчаўся ў двух розных будынках, экскурсанта пераходзілі з аднаго ў другі, што было вельмі нязручна. Так узнікла ідэя дабудовы, з дапамогай якой будынкі злучыліся.

У 2008 г. быў зроблены рамонт фасаду будынку музея і даху. Супрацоўніцтва з установай адукацыі «Гродзенскі дзяржаўны ўніверсітэт імя Янкі Купалы» дазволіла рэалізаваць ў 2012-2014 гадах праект міжнароднай тэхнічнай дапамогі «Павышэнне прывабнасці трансгранічнага рэгіёну шляхам уключэння ў этнакультурную дзейнасць (Вандроўка ў этнаказку)». У выніку быў праведзены якасны рамонт часткі пакояў музея такім чынам, каб будучая экспазіцыя стала хача б часткова закальцавана, арганізаваны зоны гардэробу, касы, дзе можна набыць сувенірную прадукцыю, санвузлоў для наведвальнікаў, добраўпарадкаванне калямузейнай тэрыторыі. Былі выдзелены бюджэтныя сродкі на аднаўленне дзвюх літаратурных залаў. За сродкі праекта аднавілі экспазіцыю залаў лёну і ткацтва [2].

Адным з мерапрыемстваў праекта міжнароднай тэхнічнай дапамогі «Павышэнне прывабнасці трансгранічнага рэгіёну шляхам уключэння ў этнакультурную дзейнасць (Вандроўка ў этнаказку)» стала правядзенне фестывалю ў Гудзевічах і Гродна, які падсумоўваў вынікі работы. У час правядзення гэтага фэсту былі выкарыстаныя распрацаваныя квэст-гульні і анімацыйныя праграмы на тэрыторыі музея [2].

Галоўнай праблемай музея ў цяперашні час з’яўляецца адсутнасць фінансавання на аднаўленне астатніх экспазіцыйных залаў. Улічваючы багатую тэматыку музейных фондаў і арыентаванасць на выхаванне ў наведвальнікаў беларускасці, патрыятызму, гонару за народ, гэта будуць залы, матэрыял якіх дапаможа ўбачыць і асэнсаваць багатую і цікавую гісторыю краіны на прыкладзе невялікай мясцовасці, праз лёсы канкрэтных людзей прасачыць тыя змены, што адбываліся і адбываюцца ў свеце.

Зыходзячы з аналізу наяўнай экспазіцыі, а таксама патэнцыялу музейных фондаў, магчымасцей супрацоўнікаў музея, інтэрпрэтацыя існуючых экспазіцый патрабуе вырашэння наступных задач: 1) аднаўленне астатніх залаў для дапаўнення экспазіцыі; 2) стварэнне віртуальнай экскурсіі; 3) дыгіталізацыя музейнай экспазіцыі з агульным доступам у інтэрнэце; 4) правядзенне летняй школы “Майстэрня падвойнага ткацтва”; 5) папулярызацыя традыцый мінулага на прыкладзе гульні, майстар-класаў; 6) стварэнне цыклу тэматычных квэстаў на базе ўсіх экспазіцый музея.

Безумоўна, неабходна прыцягваць дадатковыя структуры, якія дазваляць прадставіць змест экспазіцыі ў віртуальнай прасторы. Гэта можа быць праект універсітэцкага ўзроўню, які будзе звязаны з папулярызацыяй беларускай культуры.

На падставе аналізу магчымасцей сённяшняга музея варта казаць пра мэтазгоднасць афармлення такіх экспазіцыйных залаў музея, як : 1) зала народных рамёстваў; 2) зала гісторыі Гудзевічаў; 3) зала народнай медыцыны і карысных выкапняў Беларусі; 4) фітабар; 5) «Кніга наведвальнікаў» (не абавязкова кніга); 6) майстэрня на ткацтву.

Дадатковымі тэмамі інтэрпрэтацыі могуць стаць майстар-класы па беларускіх народных танцах; тэатралізаваныя сюжэты сялянскага быту; выкарыстанне новых тэхналогій.

Базіс праекта гэтых зменаў абапіраецца на прынцыпы інтэрпрэтацыі Фрымена Цілдэна, праяўленыя праз наступныя метады музейнай інтэрпрэтацыі: арыентацыя, ажыўленне экспазіцыі (гукавое, тэатральнае), рэканструкцыя падзей, часовыя выставы, адпаведныя тэме музея [3]. Прывабныя метады інтэрпрэтацыі: візуальныя дэманстрацыі, віртуальныя і мультымедычныя выявы, прадстаўленні і спектаклі. Сродкі інтэрпрэтацыі: гуказапісы, кінадакументы, лазерныя і мультымедычныя выявы, касцюмы эпохі канца XIX – пачатку XX стст, тэатральныя пастаноўкі.

Музей валодае не самым лепшым месцазнаходжаннем, знаходзячыся ўдалечыні ад абласнога горада. Але варта адзначыць, што пры складанні экскурсійнага маршруту, турыстычныя кампаніі могуць выкарыстоўваць гэта як плюс для кароткачасовых экскурсій, асабліва для малодшых

школьнікаў. Таксама музей можа быць адным з некалькіх пунктаў вандровак, калі ёсць жаданне наведаць, напрыклад, музей «Вавёркі» ў Вялікай Бераставіцы ці «Ваўкавыскі ваенна-гістарычны музей імя П. Баграціёна», музей «Лес і чалавек» у Мастах. Станоўчым момантам з’яўляецца тое, што інфраструктура аграгарадка прадугледжвае харчаванне для вялікіх і маленькіх экскурсійных груп.

Рэалізацыя такога праекта зменаў дапаможа пашырыць экспазіцыйны кампанент музея, прыцягнуць большую колькасць наведвальнікаў, што ў сваю чаргу зможа паўплываць і на турыстычную прывабнасць аграгарадка ў цэлым.

На сёнешні дзень Гудзевіцкі музея мае істотны музейны, педагагічны і асветніцкі набытак. На яго падмурку варта планаваць і ажыццяўляць дзейнасць, якая бы стварала больш прывабны вобраз музея з дапамогай новай інтэрпрэтацыі існуючых экспазіцый, а таксама іх пашырэння, актуалізацыі традыцый мінулага з ужываннем сучасных форм ўзаемадзеяння з наведвальнікамі. З павышэннем іміджа установы культуры можна разлічваць на большае фінансаванне, што дазволіць выйсці на міжнародны узровень, звярнуць увагу на праблематыку захавання гісторыка-культурнай спадчыны.

СПІС КРЫНІЦ

1. Белакоз, А.М. Каб жыла Беларусь: артыкулы, успаміны, інтэрв’ю / А.М. Белакоз. – Мн.: Беларускі кнігазбор, 2003. – 104 с.
2. Вандроўка ў этнаказку // [Электронны рэсурс]. – Рэжым доступу: <https://ethno-tour.grsu.by/by/>
3. Tilden, F. Interpreting Our Heritage/ F. Tilden. – Chapel Hill, NC: University of North Carolina Press, 1957. – P.3– 78.

Т. И. БРИШТЕН

Брест, БрГУ имени А.С. Пушкина

Научный руководитель – С. А. Заруцкий, канд. геогр. наук, доцент

ЛИТЕРАТУРНЫЙ ТУРИЗМ КАК ФАКТОР МЕЖКУЛЬТУРНОЙ КОММУНИКАЦИИ

Редкий человек на сегодняшний день станет отрицать важность и необходимость межкультурной коммуникации, осуществляемой на различных уровнях и вовлекающей в процесс взаимодействия значительную часть человечества.

Вместе с этим фактом является то, что туризм играет важную роль в налаживании общения и взаимопонимания между людьми отличных друг

от друга культур. Большее взаимодействие даёт возможность забыть о чувстве неприязни и отторжения другой культуры, и взрастить толерантное отношение к иной системе ценностей. Знакомство с разнообразными культурами – одна из основных ценностей туризма.

Тем самым, культурно-познавательный туризм есть ничто иное, как процесс ознакомления с новой культурой, её понимания и осмысления. Итогом этого процесса служит определенное изменение мировоззрения туриста, расширение его круга интересов, так как новые знания о чужих традициях, обычаях, нравах и в целом материальной культуры других народов отражаются на культурной компетенции человека.

С помощью особенного воздействия на человека определённых видов искусства, культурное взаимодействие в большинстве своём касается сферы музыки, кино, театра, литературы, что и имеет возможность стать тем самым объединяющим фактором для начала диалога среди представителей разных государств и культур.

Будучи ценным опытом предыдущих поколений, культурное наследие сохраняется и разделяется теперешним обществом для следующих поколений. Культурное наследие способствует нашему пониманию развития общества, пониманию его вклада в создание будущего.

Одной из центральных черт человека, формирующих его как личность, является представление о справедливости. И чтение книг – это та основа, дающая людям возможность взращивать в себе такие качества, как сочувствие, гордость, честность, мужество, доброта, внутренняя опора, самооценность и другие черты. В данный период времени стать источником морального развития человека, открыв при этом более обширные возможности для саморазвития и самопознания, имеет возможность литературный туризм.

Литературный туризм – это духовное присвоение личностью богатств различных культур через путешествия. Он представляет возможности для знакомства с историей, литературой, обычаями, духовными ценностями рассматриваемой страны. Между тем основой литературного туризма служит историко-культурный потенциал страны, со своей социокультурной средой, традициями и особенностями.

Литература относится к формам нематериального наследия. Она путем рассказа о разного рода жизненных ситуациях оказывает влияние на душу человека, воспитывая его. Читая, человек оказывается в другой реальности, обстановке, эпохе. Совместно с персонажами произведения думает и сочувствует, учится определять разницу между добром и злом, находить выход из затруднительных и неоднозначных ситуаций, и вместе с тем мечтать.

Целевой аудиторией данного туризма являются люди, заинтересованные не только произведениями, но и историей их создания. Те, кто пытается понять и осознать, как формировалась личность писателя.

Отдельное значение имеют воображение и фантазия, так как опыт, получаемый во время такого путешествия, соотносится с уже полученными ранее знаниями. При всём этом человек может воспринимать окружающее через призму сложившегося литературного образа.

В общем и целом, литературный туризм определяется в качестве подвида культурного туризма, который связан с описываемыми в произведениях событиями и местами, с жизненными ситуациями и личными обстоятельствами литератора. Туристы же, отправившись в такое путешествие, заинтересованы в том, как окружающая среда и социальная сфера повлияли на формирование идеи и воплощение различных художественных произведений.

В последние время отмечался рост востребованности литературного туризма. Читателей произведений всегда притягивали места, связанные с персонажами различных произведений. Известно также, что Лондон – самый популярный для литературного туризма город, и это неудивительно, вследствие созданного Артуром Конан Дойлем персонажа Шерлока Холмса. Почитатели творчества Шекспира стремятся посетить Стратфорд-он-Эйвон, любители Виктора Гюго – Париж. В Новой Зеландии мечтают оказаться поклонники романа Дж. Р. Р. Толкина «Властелин колец».

Подобно книгам, литературные туры служат в качестве источников духовного развития человека, предоставляя туристам обширные возможности для саморазвития. Вместе с тем, погружение в мир литератора не только увеличивает количество знаний о культуре, но и мотивирует к движению. Литературный туризм влияет на формирование как интеллектуальной, эстетической, так и морально-волевой стороны личности.

Таким образом, на сегодняшний день литературный туризм – это актуальный и перспективный подвид туризма, со своими особенностями. Он играет значительную роль в обычной жизни: позволяет раздвинуть рамки, просвещает человеческий разум, закрывает нужду в прекрасном, помогая при этом формированию достойной личности. Меж тем литературный туризм оказывает положительное влияние на экономическое и культурное развитие территорий, увеличивая количество туристов, создавая дополнительные рабочие места, и сохраняя историко-культурное наследие.

СПИСОК ИСТОЧНИКОВ

1. Литературный туризм: понятие и основные особенности [Электронный ресурс] – Режим доступа: <https://studmir.com/literaturnyj-turizm-ponyatie-i-osnovnye-osobennosti/> – Дата доступа: 09.03.2022.
2. Литературный туризм как фактор межкультурной коммуникации (на примере РФ и РА) [Электронный ресурс] – Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/literaturnyy-turizm-kak-faktor-mezhkulturnoy-kommunikatsii-na-primere-rf-i-ra> – Дата доступа: 09.03.2022.

А. Б. ВИТКОВСКАЯ

Брест, БрГУ имени А.С. Пушкина

Научный руководитель – А. Д. Панько, канд. истор. наук, доцент

КУЛЬТУРНЫЙ ХАБ КАК ФОРМА НЕФОРМАЛЬНОЙ КУЛЬТУРНОЙ ЖИЗНИ ГОРОДА

Хабы являются неотъемлемой частью устойчивости и роста креативной экономики. Слово «хаб» имеет английское происхождение и означает центр, то есть «хаб» – это общественное пространство, где могут встречаться люди, чтобы узнать что-то новое, с пользой провести досуг и найти новых друзей.

Главной «фишкой» могут стать выставки, культурные вечера, вечера поэзии, или какие-нибудь образовательные курсы. Поэтому хабы помогают народу развиваться культурно и духовно. Главная задача хаба – подтолкнуть людей к общению и саморазвитию и обеспечить наиболее комфортные условия для этого процесса.

Культурные хабы в большинстве случаев находятся в центре города, это обусловлено взаимной выгодой владельцев и посетителей: первые получают прибыль от большого потока людей, а вторые смогут относительно быстро и беспрепятственно добраться в пункт назначения.

В помещении хаба могут быть лекционные залы, выставочные залы, рисовальные и музыкальные залы и много другое.

Культурные хабы делят на универсальные и специализированные. Специализированные отличаются от универсальных тем, что в них помимо стандартных зон, находятся помещения определенной направленности, например, музыкальные классы, художественные залы, могут быть и мастерские: швейные, ювелирные, также могут собираться клубы по досуговым интересам: книжный клуб, киноклуб и др.

Для креативных пространств характерен широкий спектр услуг, например, помощь в организации нового бизнеса, поддержка развития новичков через семинары, тренинги или работу наставников;

предоставление своих пространств для творческой работы, исследований, презентаций и проч. Они также оказывают влияние на внешнюю среду, способствуют восстанавливая городских и сельских территорий. При создании хабов очень важен подход. Проект должен быть полезен и интересен местным жителям.

В 2015 г. European Creative Business Network инициировала широкомасштабное исследование сферы креативных хабов, для чего было проведено более 100 опросов и 12 глубинных интервью, а также анализ деятельности более чем 200 хабов.

Исследование показало, что по своей форме, структуре, организации культурные хабы слишком разнообразны, имеют общественное, частное и государственное управление, что очень усложняет возможность поддержки этого сектора в целом. Хабы имеют разные бизнес-модели и нуждаются в разной поддержке.

Общее, что объединяет культурные хабы – это внесение положительных изменений в бизнес, экономику и общество. Примерно 84% организаций заявили, что они помогают фрилансерам, которых приглашают на свою территорию, работать эффективнее, быть продуктивными, социально активными и счастливыми. Абсолютное большинство хабов уверены, что вносят ощутимый вклад в поддержку местной креативной экономики [1].

У каждого хаба есть своя отличительная черта. Так, например, в Киеве в 2021 г. открылся культурный хаб, с помощью которого посетители могут виртуально прогуляться по главным локациям города, также представлен 3D-туры, с помощью которых можно виртуально побывать в таких локациях: Киевский зоопарк, парк «Наталка», музей «Золотые ворота» и другие локации.

В Минске самый популярный культурный хаб – это «Ок16». Здесь можно было увидеть театральные и перформативные постановки, также проводились выставки, кинофестивали, лекции, музыкальные фестивали. «Ок16» разместился в историческом здании, которое раньше принадлежало Минскому станкостроительному заводу на ул. Октябрьской [2]. Кроме большой площадки завода, есть площадки поменьше, на одной из них размещена школа фестиваля «Театр». Также, в будущем, планируется кафе, где можно будет проводить хакатоны и конференции. К сожалению, на данный, момент этот культурный хаб закрыт.

В Бресте также функционируют несколько культурных пространств – «Консерва», «Калидор», «Прастора КХ». 23 октября 2019 г. было открыто арт-пространство «Консерва» – площадка для собственных и партнёрских проектов, свободное пространство с уникальным интерьером. В данном хабе представлены интересные выставки, проходили кинофестивали, арт-

фестивали, форумы. Помещения сдаются в аренду для проведения культурных акций.

Второе арт-пространство «Калідор» было открыто 17 ноября 2019 г. «Калідор» – это свободное пространство, которое открыто для всех творческих людей, которые хотят образовываться, развиваться и делать крутые проекты. Здесь можно посетить разнообразные выставки, вечеринки. Также проходят кинофестивали, разные творческие посиделки.

Третий хаб – «Пространство КХ» было создано как площадка для образовательной, презентационной, исследовательской работы и коммуникации в области театра, современного искусства, неформального гуманитарного образования. В этом хабе можно посетить лекции, киноклубы, театры, выставки.

Таким образом образовательные хабы имеют важную общественную функцию и являются центром развития и досуга, который становится частью повседневной жизни людей. Данные центры приобретают активное распространение и развитие в мировой и отечественной практике.

СПИСОК ИСТОЧНИКОВ:

1. Креативные хабы: миссия и потребности [Электронный ресурс]. – Россия, 2022. – Режим доступа: <https://www.culturepartnership.eu/article/kreativnie-habi-missiya-i-potrebnosti>. Дата доступа: 07.03.2022.
2. Constructorus [Электронный ресурс]. – Россия, 2022. – Режим доступа: <https://constructorus.ru/uspekh/kovorking.html>. Дата доступа: 01.03.2022.

А. А. ВАСЮКОВИЧ, Е. А. ЗАКРЕВСКАЯ

Брест, БрГУ имени А.С. Пушкина

Научный руководитель – Н.П. Галимова, канд. философ. наук, доцент

ЭКСКУРСИЯ КАК ЭФФЕКТИВНАЯ ФОРМА ОРГАНИЗАЦИИ НАЧАЛЬНОГО ОБУЧЕНИЯ

Запросы современного мира, общества определяют цели образования, которые влияют на всесторонне развитие личности учащихся. Одной из главных задач современной системы образования является формирование универсальных учебных действий, которые стимулируют познавательную деятельность, а не освоение учащимися готовых знаний и навыков [3].

Форма организации обучения – определенная конструкция относительно законченного этапа обучения. Главная форма организации обучения в современной школе – урок, но в современных условиях он стал

тесен для некоторых видов практической деятельности учащихся, связанных с изучением объектов природы в их естественных условиях. Поэтому большое внимание уделяется дополняющим формам обучения: экскурсиям, внеурочным, домашним занятиям.

Экскурсия – это форма организации учебного процесса, направленная на усвоение учебного материала, но проводимая вне школы, при которой учащиеся воспринимают и усваивают знания путем перехода к месту расположения изучаемых объектов. Экскурсия включается в систему уроков и является важной частью учебного процесса. Экскурсия конкретизирует материал учебной программы, расширяет кругозор и углубляет знания учащихся, развивает интерес к познанию [5].

Учителю, который использует такую форму организации обучения как экскурсия, необходимо учитывать в работе следующее:

- а) в основе любой учебной экскурсии лежит экскурсионный метод сообщения знаний;
- б) в основе этого метода лежат наглядность, а также обязательное сочетание показа с рассказом;
- в) движение – основной признак экскурсии;
- г) экскурсия предполагает организацию активной познавательной деятельности учащихся, направленную на самостоятельное открытие нового знания [2].

На экскурсии в начальных классах учащиеся наблюдают окружающую живую и неживую природу, и происходящие в ней изменения, знакомятся с трудом людей в разные времена года. Основная цель экскурсии – формирование представлений о предметах и явлениях природы в реальной обстановке. Если экскурсия проводится в начале темы, то знания, полученные в ходе ее, используются на последующих уроках как основа для формирования еще более конкретных образов предметов и явлений живой и неживой природы. В конце темы часто проводятся обобщающие экскурсии, в ходе которых изучаемые на уроках познания мира понятия закрепляются и конкретизируются [4].

Современная классификация экскурсий имеет следующие подходы:

- По содержанию: обзорные и тематические. Обзорные экскурсии, как правило, используется исторический и современный материал. Примером обзорной природоведческой экскурсии может служить экскурсия в лес под названием «Войди в природу другом», которая раскрывает лес как сообщество растительного и животного мира. Тематическая экскурсия посвящена одной теме («В гости к зеленому другу», «Зеленая аптека»).

- По особенностям организации познавательной деятельности: иллюстративные и исследовательские.

- По учебной цели: вводные (по курсу или теме), текущие (по мере изучения темы) и обобщающие (после изучения темы).

- По тематике все экскурсии можно разделить на группы:

- ознакомление с многообразием органического мира, наблюдение за явлениями природы в различное время года, исследование объектов живой природы;

- ориентирование на местности, ознакомление с формами земной поверхности, полезными ископаемыми, исследование объектов неживой природы;

- экологические экскурсии;

- экскурсии в краеведческий музей, на выставки, производства.

Особенности методики проведения экскурсии имеет целый ряд особенностей. Перед проведением конкретной экскурсии учитель должен составить план, ознакомиться с местом экскурсии, наметить маршрут, пункты остановки, определяются объекты, которые будут рассмотрены на экскурсии. Необходимо продумать содержание экскурсии (составить конспект). Перед экскурсией учитель предварительно в классе проводит инструктаж о правилах поведения в природе (или на другом объекте), о движении на маршруте, о поддержании определенной дисциплины. Основное требование – организация активной познавательной деятельности учащихся. Время проведения экскурсии с младшими школьниками не должно превышать 35 минут, так как более длительные экскурсии утомляют.

Структура урока-экскурсии:

- Мотивация. Постановка проблемы.

- Формулировка целей и задач экскурсии, результата, который будет получен в ходе экскурсии.

- Планирование деятельности.

- Реализация проекта.

- Осуществление самостоятельной деятельности учащихся.

- Информационно- аналитический этап.

- Рефлексия. [7]

Значение экскурсии в начальной школе.

Образовательное: - расширение знаний об отдельных предметах и явлениях природы; - формирование мировоззрения о взаимоотношениях в природной среде; - проверка теоретических знаний на практике; - приобретение навыков самостоятельной исследовательской работы; Развивающее: - развитие наблюдательности, внимания, сообразительности; - развитие умения сравнивать и анализировать; - развитие интереса к изучению природы; Воспитательное: - эстетическое воспитание; - воспитание патриотизма, любви к природе; - воспитание культуры

поведения в природе, аккуратности, ответственности; - воспитание бережного отношения к природе.

Итак, экскурсия представляет собой наглядный процесс познания человеком окружающего мира, построенный на заранее подобранных объектах, находящихся в естественных условиях или расположенных в помещениях предприятий, лабораторий, научно-исследовательских институтов и т.д.

СПИСОК ИСТОЧНИКОВ

1. Дереклеева, Н.И. Научно-исследовательская деятельность классного руководителя в школе / Н.И. Дереклеева. – М.: Вербум-М, 2000. – 124 с.
2. Дереклеева, Н.И. Справочник классного руководителя / Н.И. Дереклеева. – М.: Вако, 2007. – 236 с.
3. Дубровина И. И. Младший школьник. Развитие познавательных способностей / И.И. Дубровина. – М.: Просвещение, 2003. – 208 с.
4. Моисеева, Л.В. Экологическая картина мира младших школьников: образ и познавательная модель. Монография / Л.В. Моисеева, А.В. Иванова. – Екатеринбург : Урал. гос. пед. ун-т, 2004. – 96 с.
5. Рожков, М.И. Организация воспитательного процесса в школе / М.И. Рожков, Л.В. Байбородова. – М.: Владос, 2001. – 238 с.
6. Симонова Л. П. Экологическое образование в начальной школе / Л.П. Симонова. – М.: Академия, 2000 г. – 124 с.
7. Классификация экскурсий [Электронный ресурс] – Режим доступа: http://studme.org/354044/turizm/klassifikatsiya_ekskursiy . Дата доступа: 23.02.2022

А. А. ЖЭГАЛА

Гродна, ГрДУ імя Янкі Купалы

Навуковы кіраўнік – В.Г. Карнялюк, к.гіст.наук, дацэнт

ПЕРСПЕКТИВЫ ВЫКАРЫСТАННЯ ПАЛАЦАВА-ПАРКАВЫХ КОМПЛЕКСАЎ У РЭГІЯНАЛЬНЫМ ТУРЫЗМЕ БЕЛАРУСІ

Развіццё рэгіянальнага турызму непадзельна ад развіцця турыстычных тэрыторый, якія пастаянна ўдасканальваюцца, адгукаючыся на пастаянна зменлівы запат з боку грамадства. Частка турыстаў, якая аддае перавагу культурна-пазнавальнаму і экскурсійнаму турызму перад іншымі формамі падарожжаў, часта імкнецца наведаць месцы, у якіх ёсць помнікі гісторыі і архітэктуры, да якіх адносяцца і палацава-паркавыя комплексы, якія валодаюць асаблівай прывабнасцю.

Да нашых дзён поўнасю або ў выглядзе фрагментаў дайшло каля

1200 гістарычных сядзіб і паркаў, 173 з іх уключаны ў Дзяржаўны спіс гісторыка-культурных каштоўнасцяў, не менш за 300 сядзіб маюць перспектывы аднаўлення і выкарыстання ў якасці аб'ектаў турыстычнай цікавасці або інфраструктуры [1]. А Гродзенская вобласць на думку спецыялістаў – лепшы рэгіён Беларусі па ступені захаванасці сядзіб, якія дэманструюць разнастайнасць стыляў і форм [2]. Тут засяроджана 108 аб'ектаў садова-паркавага мастацтва, да першай катэгорыі значнасці ставіцца 29, мясцовага значэння – 54, а 25 не падлягаюць аднаўленню [3].

Сядзіба ў гісторыі нашай краіны – адна з найважнейшых складнікаў айчыннай культуры. Сядзібна-паркавы комплекс як помнік гісторыі і культуры выступае значным фактарам інтэграцыі грамадства ў развіцці самасвядомасці і захавання гістарычнай памяці нашай культуры. Спецыяліст па садова-паркаваму мастацтву А.Т. Федарук, які займаецца вывучэннем гісторыі, архітэктуры, культуры старадаўніх сядзіб, адзначаў, што ў працэсе працы пастаянна расло перакананне, што кожная старадаўняя сядзіба – гэта асаблівы культурна-гістарычны і эканамічны пласт, цесна звязаны з гісторыяй і жыццём іншых сядзіб і краіны ў цэлым. Паводле навукоўцы, нягледзячы на страты і разбурэнні, трэба імкнуцца глядзець на былыя сядзібы з вышыні, названай гісторыяй культуры чалавецтва. За кожным тварэннем, калі нават яно апынулася ў руінах, стаяць філасофія, паэзія, жывапіс, архітэктура, побыт і норавы той ці іншай эпохі [4].

Сёння ў Беларусі дзейнічае каля 160 музеяў, сярод якіх гістарычныя палацава-паркавыя ансамблі і сярэднявечныя замкі, сядзібы і дамы вядомых асоб, сховішчы багатых калекцый і ўтульныя тэматычныя міні-музеі. Кожны з музеяў – унікальны і непаўторны. Найбольшую цікавасць для нашай даследчай працы прадстаўляюць мемарыяльныя музей, прадстаўленыя ў палацава-паркавых комплексах і старадаўніх сядзібах.

Параўнальны аналіз арганізацыі экспазіцый дадзеных музеяў сведчыць пра шэраг агульных тэндэцый, якія можна заўважыць ў большасці беларускіх мемарыяльных музеяў, у тым ліку і створаных у палацава-паркавых комплексах.

Па-першае, гэтыя музеі спрабуюць хоць бы збольшага захаваць у сваіх сценах лад жыцця гаспадароў комплексу, характэрны для пэўнай эпохі і ў сувязі з гэтым, экспазіцыі большасці мемарыяльных музеяў падзяляюцца на мемарыяльную частку, дзе захоўваецца, або аднаўляецца на аснове тыпалагічных прадметаў абстаноўка, у якой жыў або тварыў выбітны чалавек, ці адбывалася значная гістарычная падзея, і пабудаваную па храналагічным або тэматычным прынцыпе гісторыка-біяграфічную частку. Суадносіны гэтых частак і ступень дакладнасці мемарыяльнай часткі экспазіцыі залежыць ад захаванасці сапраўднай абстаноўкі,

будынка, наяўнасці сапраўдных мемарыяльных прадметаў. Пры значных стратах і малой колькасці сапраўдных мемарыяльных рэчаў абстаноўка нярэдка дапаўняецца тыпалагічнымі прадметамі. Ансамблевыя экспазіцыі такіх музеяў, як правіла, дапаўняюцца таксама гісторыка-біяграфічнымі экспазіцыямі. У асобных выпадках, калі сапраўдных рэчаў і дакладных сведчанняў практычна няма, у музеі ствараецца вобразная экспазіцыя-метафара, закліканая мастацкімі сродкамі стварыць духоўны партрэт насельніка дома. Прыкладамі такіх музеяў-сядзіб з'яўляюцца музей-сядзіба Іллі Рэпіна «Здраўнёва» (<http://zdravnyovo.museum.by>), музей «Дом Ваньковічаў» у Менску (<https://www.artmuseum.by/by/filb/vank>), музей-сядзіба Адама Міцкевіча ў Завосці (<http://zavosse.bellit.museum.by>) і шмат іншых.

Па-другое, у большасці музеяў існуюць так званыя пастаянныя экспазіцыі з адмысловым афармленнем, каментарамі, якія адлюстроўваюць асноўную канцэпцыю таго ці іншага музея і ствараюць яго спецыфічны вобраз. Таксама ў музеях ствараюцца часовыя экспазіцыі – прывезеныя выставы, якіяносяць часовы характар, але робяць акцэнт на якіх-небудзь збыццях, звязаных з жыццём і дзейнасцю чалавека, якому прысвечаны дадзены мемарыяльны музей (напрыклад, дом-музей Напалеона Орды ў Варацэвічах (<http://napoleon.museum.by>)).

Разам з тым падрабязнае знаёмства з пералічанымі музеямі дазваляе адзначыць шэраг адметнасцяў, якія робяць асобныя экспазіцыі незвычайнымі, і нават, непаўторнымі.

Так, па-першае, многія з палацава-паркавых комплексаў уключаны ў турыстычныя маршруты Беларусі як культурна-гістарычныя каштоўнасці (напрыклад палацава-паркавы ансамбль Радзівілаў, і, адпаведна ўжо па гэтай прычыне па-рознаму ацэньваюцца па шэрагу крытэрыяў перспектывы развіцця і функцыянавання і маюць розны турыстычны патэнцыял. Адпаведна, у тым ліку і музеі, якія функцыянуюць у іх, разлічаны на шматгадзіннае або кароткатэрміновае наведванне, маюць розныя магчымасці, а таксама абсталяваны рознага ўзроўню сучаснай тэхнікай.

Па-другое, палацава-паркавыя комплексы адрозніваюцца сваім вонкавым выглядам, архітэктурай і, адпаведна, утрыманнем. Нароўні з тыповымі пабудовамі (панскі дом, некалькі жылых флігеляў, стайня, свіран, фруктовы сад), характэрнымі для большасці такіх комплексаў, у кожнай з іх існуюць свае іншыя асаблівасці (напрыклад, ландшафтны парк з каскадам сажалак або фантанаў, з алеямі, альтанкамі, масткамі праз вадаёмы і яры; царква з пахаваннем уладальнікаў, ці званіца). Музеі такіх сядзіб адрозніваюцца, вядома, прадстаўленымі ў іх экспазіцыямі і сваёй дыферэнцыяванасцю. Напрыклад, вельмі адрозніваюцца сядзіба-музей

Васіля Быкава (<http://muzbykov.bellit.museum.by>), дом-музей Элізы Ажэшкі (<https://vk.com/id386733556>) ад сядзібы Агінскага ў Залессі (<http://oginskizalesse.by>). А сядзіба Гатоўскага, напрыклад, не падобная ні на адзін з вышэйпералічаных палацаў, так як выканана ў розных архітэктурных стылях: пачынаючы ад готыкі, заканчваючы ўсходнімі матывамі (<http://krbereg.museum.by>).

Па-трэцяе, шэраг палацава-паркавых комплексаў, нароўні з традыцыйнымі формамі выкарыстання культурна-гістарычнай спадчыны толькі як музейнага цэнтра, вядуць працу па адраджэнні, напрыклад, традыцыйных рамёстваў і мастацкіх промыслаў, ці ж арганізацыі фестываляў, прысвечаных памятным падзеям, якія тычацца гісторыі сядзібы, яе ўладальнікаў, людзей, так ці інакш звязаных з ёй, беручы тым самым на сябе функцыі не толькі культурных, але і сацыяльна-эканамічных цэнтраў, адраджаючы традыцыі беларускай сядзібы. Прыкладамі такіх шматфункцыянальных музеяў-сядзіб з'яўляецца музей-бібліятэка Сімяона Полацкага (<http://simeon.polotsk.museum.by>), музей Напалеона Орды ў Варацэвічах (<http://napoleon.museum.by>).

Нягледзячы на выяўленыя падабенства і адрозненні, палацава-паркавыя комплексы, створаныя ў іх музейныя экспазіцыі, валодаюць высокім турыстычным патэнцыялам і гістарычнай каштоўнасцю, што, у сваю чаргу ім істотна дадае канкурэнтаздольнасці на турыстычным рынку.

СПІС КРЫНІЦ

1. Загорский, А.В. Использование старинных усадеб и парков в качестве объектов туристического интереса / А.В. Загорский, Т.А. Хвагина // Научный потенциал молодежи – будущему Беларуси: материалы X междунар. молодежной науч.-практич. конф., Пинск, 15 апреля 2016 г. / Мин.образ. РБ; редкол.: К.К. Шебеко [и др.]. – Пинск : ПолесГУ, 2016. – С. 112-116.

2. Портал издательского дома «Звязда» [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <https://zviazda.by/be/news/20150512/1431380555-getaya-daupina-syagne-myane-yak-magnit> – Дата доступа : 08.03.2022.

3. Гаранович, И. Оценка современного состояния старинных парков Беларуси / И. Гаранович // Наука и инновации. – №5. – 2011. – С.69–72.

4. Федорук, А.Т. Старинные усадьбы Гродненщины / А.Т. Федорук. – Минск : Беларусь, 2014. – 543 с.

В. А. КОМИСАРЧУК

Брест, БрГУ имени А.С. Пушкина

Научный руководитель – Н.П. Галимова, канд. философ. наук, доцент

ПОГОСТ: ИСТОРИЯ УНИКАЛЬНОГО ОЗЕРА

Вовсе не обязательно ездить в другие страны, чтобы побывать на Балтийском море. В Брестской области есть похожее место. И хотя это не море, а водохранилище с большим количеством островков, но песчаный пляж и сосны со смолистым лечебным ароматом – этого здесь хватает с избытком.

Находится необычное озеро с древним названием Погост в чуть более 20 километрах северо-восточнее г. Пинск. В него впадает река Бобрик, приток Припяти. В 1976 г. одну из его частей отгородили дамбой, соорудили шлюзы на канале. И водохранилище начало орошать земли местного совхоза, а также обеспечивать водой рыбхоз «Полесье». Оно и сегодня снабжает рыбой Пинский район.

У озера Погост есть свои тайны. По некоторым легендам на дне покоятся останки затопленной деревни Грушки и более 20 стоянок с кремневыми орудиями труда, каменными топорами, украшениями из кости и рога. Водоем когда-то был частью Геродотова моря, а его окрестности – столицей рыболовства, скотоводства, земледелия, первобытной металлургии. Поговаривают, что во время религиозных гуляний над озером слышится какой-то шум, а вечером кто-то поет. Когда сюда пришли христиане – не известно, но их первый храм появился здесь в середине XVI в.

В д. Новый Двор когда-то находился униатский монастырь. В начале XIX в. его перевели в православие, но местные монахи не приняли другую веру, и их выгнали, а их кресты выбросили в озеро. Один из них приплыл к деревне Погост-Загородский. Селяне оставили его у себя, а в конце XIX века на этом месте решили построить часовню.

Бывшее местечко Погост-Загородский можно проехать примерно за минуту. Но данное поселение стоит того, чтобы побыть здесь подольше. О деревне написано больше полудюжины книг. Она побывала в составе Киевской Руси, Турово-Пинского и Пинского княжеств, ВКЛ, Российской империи, Польши, СССР [1].

Статусом местечка с 2-4 ярмарками в год Погост обладал с 1572 г. почти 370 лет. И даже сейчас центр деревни жители называют «местечком», собираясь здесь, как и раньше, чтобы поговорить или просто провести время вместе.

Впервые Погост-Загородский, входя в земли Радзивиллов, упоминается в 1528-м, когда королева Бона Сфорца подтвердила права на него шляхтичу Семёну Орде. В 1577 г. селение передали Степану Мартиновичу. А к середине XVII в. благодаря Статкевичам и Нелюбовичам поселение стало ремесленно-торговым центром. Расцвет местечко достигло в XVIII в. при Друцко-Любецких.

Во времена Северной войны Петр I запретил здесь «малейшие обиды чинить». Князья построили дворец, заложили парк. До наших дней он не сохранился, ну а канал с мостиками похож на болото. Усадьбу в 1784-м посетил король Речи Посполитой и был впечатлен салютом, раскрасившим ночное небо над озером. Друцко-Любецкие князья не только устраивали балы. Они учили детей селян грамоте, любви к родине. И один из воспитанников прославил ее: Лукаш Голомбиевский – этнограф, историк, писатель, переводчик, профессор, участник восстания Тадеуша Костюшко. Сегодня Погост украшает мемориальная доска с его именем.

Накануне Великой Отечественной войны примерно три четверти населения Погоста составляли евреи. Производства и торговлю советские власти национализировали, кулаков выслали в Сибирь. И это спасло семьи, поскольку за время оккупации фашисты убили около 800 погостчан. Название местечка увековечено на стенах памяти в Хатыни и в израильском мемориале Яд-ва-Шем. А на местах гибели жителей теперь стоят памятники. Их поставил уцелевший селянин, ныне проживающий в Израиле. На окраине Погоста находится могила красноармейцев и партизан. Сохранились останки христианского кладбища с часовнями и придорожная часовня XIX в.

После окончания войны в деревню прибывали семьи, потерявшие свои дома, медики, учителя. Четверть населения до 1960 г. составляли сироты войны. Для них в 1944-м г. создали детский дом. Руководил им депутат Верховного Совета БССР, народный художник СССР, дважды лауреат Сталинской премии Заир Азгур. Он подарил Погосту две свои работы – памятник Ленину и скульптуру склонивших голову солдата с девочкой над братской могилой.

В советские времена д. Погост-Загородский вернул себе былую славу центра общественной жизни округа. И даже строительство новых объектов не изменило уникальности древнего местечка. О знаменитых аристократах напоминает каменная церковь Святых Кирилла и Мефодия, построенная в 1769 г. как костел Святого Юзефа. Позже он был передан униатам, а после восстания Калиновского стал православной церковью. В 30-е годы XX в. снова стала католической, а в 1945-м г. опять православной. Сгинувшей в огне Холокоста еврейской общине посвящено несколько памятников, а в центре Погоста и сегодня всё еще стоит здание бывшей синагоги.

К сожалению, совсем ничего не осталось от усадьбы, а на месте многовековой дубравы построен детский оздоровительный центр «Свитанок». Рядом с озером, в сосновом бору, расположился отель.

Каждый год в августе здесь собираются те, кто связан с деревней, на удивительный праздник «Погост встречает друзей», особенно популярный среди гостей из Израиля, США, Канады, России, Польши.

СПИСОК ИСТОЧНИКОВ

1. Пинский путеводитель [Электронный ресурс] – 2022. – Режим доступа: <http://shtetlroutes.eu/ru/pinsk> – Дата доступа: 06.03.2022.

К. А. КОРОЛЬ

Брест, БрГУ имени А.С. Пушкина

Научный руководитель – Н.П. Галимова, канд. философ. наук, доцент

ЮЛИАН ЛИСЕЦКИЙ: ПОЛЬСКИЙ ВКЛАД В АРХИТЕКТУРУ ГОРОДА БРЕСТА

Гуляя по современным улицам Бреста Левоневского, Ленина вы наверняка обратите внимание на дома построенные в одном стиле с большими коллонами контерфорсами. Автором этих произведений архитектуры является Лисецкий Юлиан (1881 – 1944). Известный варшавский архитектор, член Союза архитекторов Польши, кавалер Золотого Креста Почета, один из основателей журнала «Архитектура и строительство». Родился Юлиан 28 января 1881 г. в Александрове Куявском. После окончания гимназии Горского в Варшаве, поступил в политехнический институт в Карлсруэ. В начале 1920-ых гг. выполнял функции инспектора Строительного департамента Министерства военных дел. Разрабатывая проект новой жилой застройки в Бресте-над-Бугом, Юлиан Лисецкий предложил оригинальное архитектурно-планировочное решение. В его основу была положена получившая в те годы широкое распространение концепция города-сада. [1, 27]

По проекту Лисецкого на западной стороне улицы Люблинской Унии размещались административные здания, а за ними – жилой поселок для семей чиновников и городской интеллигенции. Он разделялся на четыре части, или колонии. Самая крупная – колония имени Нарutowича (первого президента Польши) предназначалась для чиновников воеводского управления и магистрата Бреста-над-Бугом.

Вторая по величине называлась «Офицерская» и находилась в пределах современных улиц Энгельса, Коммунистической, Ленина и Машерова.

Колония «Тартак» располагалась на месте лесопильного завода в границах улиц Воровского и Веры Хоружей. Эти колонии отделялись друг от друга зеленой зоной. Теперь на ее месте располагается спортивный комплекс «Брестский».

Еще одна колония – «Схрониско» – находилась на узкой территории между улицей Героев обороны Брестской крепости и парком 1 мая.

Застройка всех колоний велась каменными и деревянными жилыми домами. В своем проекте Юлиан Лисецкий использовал так называемый «национальный стиль» (*styl narodowy*), характерный для усадебной архитектуры Польши. Его отличительные черты – высокие крыши и аттики, колонны и пилястры, порталы и оригинальное обрамление окон.

Проектируя деревянные дома, Лисецкий использовал элементы архитектурного стиля, который в Польше получил название «закопанского». Дома в «закопанском» стиле было принято строить на высоком фундаменте из колотого камня, с крутыми крышами. В двухэтажных домах второй этаж устанавливался поперек первого. Под навесом с южной стороны обычно располагалась открытая веранда, в скатах крыши находился мезонин.

Из четырех колоний лучше всего сохранились колонии им. Нарutowича. Правую сторону улицы Леваневского по-прежнему украшают здания талантливого польского архитектора. Часть из них утратила свое предназначение.

В каменном здании на углу улиц Ленина и Леваневского находятся городские учреждения, в д. №3 Музей истории города Бреста. По соседству в особняке обосновалось областное управление «Охрана» при МВД Республики Беларусь. Первоначально в здании №7 находилось казино, сейчас его арендует футбольный клуб «Динамо Брест».

Отдельные дома колонии им. Нарutowича разбросаны по близлежащим улицам Чкалова, Крупской, Чапаева, Белова. На улице Ленина 39 сохранилось одно из зданий бывшей «Офицерской» колонии. В нем сейчас находится музей «Спасенные художественные ценности».

Кроме архитектурной практики, он занимался и охраной памятников – входил в состав правления общества опеки над памятниками. В Бресте, кроме строительства новых объектов занимался реставрацией ряда памятников архитектуры. Под его руководством велись работы по консервации и ремонту костела и монастыря иезуитов, бывшего монастыря бернардинцев. [2, 89]

Представление о современном Бресте не может сложиться без зданий, построенных архитектором Юлианом Лисецким. Это неотъемлемая часть туристического познания города, которая представляет Польский период

истории Бреста с 1922-1939 гг. и то как он благоприятно отразился на архитектурном облике.

СПИСОК ИСТОЧНИКОВ

1. Костючук, К.В. Кустовая работа на тему: Происхождение Народного стиля. Концепция города-сада Юлиана Лисецкого. К.В. Костючук, Е.Н. Зданович. – Брест: Строительство и Архитектура, 2015. – 38 с.

2. Суворов А.М. Листая памяти страницы.../Сост. А.М. Суворов; Фото А.М. Суворов – Брест: ООО «Полиграфика», 2009. – 112 с.

В. Д. САВЧЕНКО

Минск, БГТУ

Научный руководитель – Н.И. Зданович, ст. преподаватель

ТУРИСТИЧЕСКИЙ ПОТЕНЦИАЛ РЕЧИЦКОГО РАЙОНА ДЛЯ РАЗРАБОТКИ ИСТОРИКО-АРХЕОЛОГИЧЕСКОЙ ЭКСКУРСИИ

Территория Речицкого района является значимой в этнической истории Беларуси. Согласно археологическим данным, здесь выявлены 11 городищ, 6 селищ и 3 могильника периода железного века и раннего средневековья. В результате археологических раскопок на исследованных объектах были выявлены остатки жилищ, предметы быта, оружие и орудия труда, предметы культа. Открытые археологами поселения дали названия целым археологическим культурам. Предлагаемый экскурсионный маршрут позволит нам познакомиться с особенностями этнической истории и культуры белорусов железного века и раннего средневековья.

Наш маршрут будет начинаться в Речице и пройдет через деревни Милоград, Горошков, Колочин, где находятся самые известные и знаковые археологические объекты, и после посещения городища г. Речица завершится в ее краеведческом музее.

Первая остановка – городище «Милоград». В 1952 г. его исследовала экспедиция Ю.В. Кухаренко и О.Н. Мельниковской. Здесь была открыта новая археологическая культура, получившая название милоградской, распространенной в железном веке в Южной Беларуси и Северной Украине. Поселение датируется 4–3 вв. до н.э. – 2 в. н.э. Площадка городища в 10 тыс. м² имеет треугольную форму, а непосредственно заселенная территория окружена П-образным валом высотой 2 м. К северу от городища О. Мельниковской в 1955 г. было также исследовано селище (неукрепленное поселение) площадью 300 м². Для милоградских поселений часто была характерна именно такая особенность: укрепленные городища и соседствующие с ними неукрепленные селища. В культурном

пласте мощностью 10–15 см была найдена милоградская и зарубинецкая посуда.

При строительстве домов милоградцы использовали центральные несущие столбы. Подобный опорный элемент – столб с раздвоенным концом под названием «соха» – до сих пор встречается в Речицком районе в некоторых хозяйственных постройках. Очаг в милоградских жилищах располагался, как правило, в центре дома. Вход в жилище был расположен с восточной или юго-восточной стороны. Во время раскопок были найдены сельскохозяйственные орудия и предметы быта (серпы, зернотерка, косы, лепная посуда, глиняные пряслица), следы ремесленного производства (тигли), ювелирные украшения (бронзовые перстни, височные кольца, фибулы, подвески). Установлено, что милоградцы были также и умелыми животноводами: разводили крупный и мелкий рогатый скот и лошадей. У них существовал настоящий культ лошади. Об этом свидетельствуют находки глиняных фигурок. Как и другие славянские племена, милоградцы поклонялись солнцу, огню, домашнему очагу. Свидетельство этого – солярные знаки, найденные при раскопках. В Милограде найдены единственные для всей этой культуры металлические вещи балтского типа [1]. Сейчас на территории деревни располагается база отдыха, что позволяет активно использовать археологический комплекс в туризме.

Следующая остановка – деревня «Горошков», на территории которой располагается городище, относящееся к той же археологической культуре. Об этом свидетельствуют раскопки экспедиции 1954 г. под руководством П. Н. Третьякова. Здесь обнаружен уникальный клад бронзовых и серебряных браслетов эпохи раннего железа (8 бронзовых браслетов для взрослых различной формы (литые, пластинчатый спиральный, круглый в сечении), и 3 детских браслета (1 бронзовый, 1 целый и половинка серебряного)). По характеру и уровню залегания браслетов исследователи сделали вывод о поспешности сокрытия клада вследствие внезапно возникшей угрозы. Спорно и происхождение браслетов: в пользу привозного характера изделий говорят близкие аналогии, происходящие с территории Чехии и Польши. Однако сочетание некоторых элементов орнаментации на браслетах, а также найденные следы металлургического производства на городище позволяют предположить, что имеем место заимствование, т.е. местное производство украшений, аналогичных украшениям в сопредельных областях Центральной Европы. Это – свидетельство существовавших тесных торгово-экономических отношений с указанными территориями [2].

Следующая остановка – деревня Колочин, давшая название еще одной археологической культуре (раскопки Э. А. Сымоновича в 1955–1960 гг.).

Время возникновения колочинской культуры исследователи относят ко второй четверти – середине 5 в. Большинство поселений – неукреплённые селища, но имелись и городища-убежища, укреплённые валами и рвами. Селища располагались, как правило, группами по 5–8 поселений на невысоких местах, поблизости от воды в отдалении друг от друга. Археологами выявлены жилища: обычно прямоугольные полуземлянки срубной или каркасной конструкции с центральным опорным столбом. Вход находился с южной стороны. Для отопления использовались очаги или печи-каменки, которые размещались в центре жилища. Колочинцы занимались земледелием и животноводством, кузнечным делом (металлургией железа и цветных металлов). Основная масса орудий труда изготавливалась из кричного железа.

Посуда (основная группа находок) лепная и неорнаментированная, с небрежно заглаженной поверхностью. Кроме поселений исследованы могильники с обрядом трупосожжения и захоронением останков разного типа (урновые, смешанные или безурновые), иногда в курганах высотой от 0,5 до 1,3 м. Диаметр насыпей варьировал от 5 до 12 м. В третьей четверти – конце 7 в. территория колочинской культуры подвергается набегам степных кочевников либо многочисленных групп славян. Следствием этого стало массовое захоронение так называемых «антских кладов». В результате к концу 7 в. эта культура прекращает свое существование и происходит этнокультурный перелом, о результатах которого свидетельствуют материалы речицкого городища, ставшего впоследствии ядром города [3]. Оно было заложено в месте слияния Днепра и его притока реки Речицы, на участке будущего торгового пути «из варяг в греки». Имело прямоугольную, вытянутую с северо-запада на юго-восток площадку размером 75 × 45 м: с севера омывается Днепром, а с запада, юга и востока укреплено валами высотой до 2 м. С западной и восточной сторон также имеются глубокие рвы, в древности заполнявшиеся водой. К моменту возникновения города, который впервые упоминается в Густинской летописи в 1213 г., это было поселение дреговичей. В XIII в. тут был детинец города. Позже великий князь Витовт возвёл здесь деревянный замок, простоявший более 200 лет.

Раскопки проводились в 1957 г. Е.А. Симоновичем, в 1976 г. – Г.В. Штыховым. Во время археологических раскопок удалось найти остатки построек конца XIV – начала XV вв. Культурный слой мощностью 1,2 м содержал в основном гончарную посуду XII–XVIII вв. (и единичные фрагменты лепной), ключ от замка XIII–XIV вв., монеты позднего средневековья [4]. В настоящее время объект может активно использоваться в туристической деятельности. У подножия имеется

охранный знак. На этом месте располагается детский парк – прекрасное место для отдыха.

Таким образом, предложенный маршрут дает представление о культуре эпохи железа, средневековье и новом времени. Логическим завершением экскурсионной программы станет Речицкий краеведческий музей. Здесь экскурсанты смогут увидеть реконструкцию жилищ и виды поселений, археологические находки, о которых говорилось на экскурсионных объектах. Это будет способствовать закреплению знаний, полученных на маршруте. Кроме того, экспозиция остальных отделов музея даст представление об истории, природе, культуре и быте края от древности до современности.

СПИСОК ИСТОЧНИКОВ

1. Милоградское городище [Электронный ресурс] – Краеведческий сайт Гомеля и Гомельской области. – Режим доступа: <http://nashkraj.info/zhemchuzhiny-nashego-polesya/>. Дата доступа: 21.11.2021.
2. Горошковское городище [Электронный ресурс]/ Вестник Фонда фундаментальных исследований. Мельниковская 1956. – Режим доступа: https://elib.gsu.by/bitstream/123456789/12290/1/%D0%9C%D0%B5%D0%BB%D1%8C%D0%BD%D0%B8%D0%BA%D0%BE%D0%B2%D1%81%D0%BA%D0%B0%D1%8F_%D0%92%D0%B5%D1%81%D1%82%D0%BD%D0%B8%D0%BA_1956_1.pdf. – Дата доступа: 23.11.2021.
3. Колочинское городище [Электронный ресурс] /Silk roads world heritage//. – Режим доступа: http://www.silkroads.org.cn/article_42075_1.html. – Дата доступа: 27.11.2021.
4. Речицкое городище [Электронный ресурс] //rechitsa77777.narod.ru/ – Режим доступа: <http://rechitsa77777.narod.ru/orech/pamyac/02.html>. – Дата доступа: 29.11.2021.

И.Г. ТЕЛЬПУК

Брест, БрГУ им. А.С. Пушкина

Научный руководитель – Т.П. Савчук, канд. истор. наук, доцент

ТУРИСТИЧЕСКИЕ ОБЪЕКТЫ ГОРОДА ЛУНИНЦА

Город Лунинец является центром Лунинецкого района. Расположен в Северо-западной части Брестской области. Первое упоминание Лунинца относится к 1449 г. Импульсом же к социально-экономическому развитию Лунинца стало строительство Полесских железных дорог в последней четверти XX века. С этого периода Лунинец начинает

приобретать черты города. За долгий путь исторического развития в городе накопился ряд объектов, которые являются перспективными с точки зрения развития регионального туризма. К факторам, которые осложняют туристическое развитие, можно отнести аварию на Чернобыльской атомной электростанции 1986 г., а также недостаточный уровень рекламных кампаний.

Одними из самых интересных туристических объектов Лунинца являются культовые сооружения. Во-первых, Церковь Воздвижения Креста Господня. Весной 1912 г. было заложено основание Лунинецкой Крестовоздвиженской церкви, о чем свидетельствует встроенная в стену справа от входной двери медная табличка. Крестовоздвиженская церковь в Лунинце является уникальным памятником псевдорусского стиля. В церкви, наряду с «Евангелиями» 1657 г., 1746 г. и царскими вратами с клеймами, находится целый ряд икон: «Восстание из гроба», «Введение Богородицы во храм», «Почитание Богородицы» (1757), «Богоматерь с младенцем», «Святые Борис и Глеб со святой Христиной», «Всех скорбящих Радость», «Великомученица Параскева», «Великомученица Варвара», «Варвара с житием», «Царь Константин», «Святой апостол Павел», «Святое семейство» (1757), «Благовещение», «Встреча Марии с Елисаветой», «Деисус» (все XVIII века), «Пророк Илия», «Спас», «Николай Чудотворец», «Сергий Радонежский», «Богоматерь Умиление», «Архистратиг Михаил», «Усіа Святых», «Благовещение», «Равноапостольный царь Константин», «Георгий Победоносец» в окладе (часть этих икон, относящихся к XIX веку, перенесена из закрытой церкви в деревне Лунино) [1, с. 207]. Во-вторых, интересным местом в городе является Костел святого Иосифа. Строительство костела началось в 1931 г. и было завершено в 1935 г. С костелом связана жизнь блаженного Мечислава Богаткевича, в память о котором внутри здания установлена памятная табличка. При костеле располагаются могилы польских солдат времен польско-советской войны.

Внимание туристов также привлекают объекты, связанные с историей Лунинца в период Великой Отечественной войны. В первую очередь мемориальные памятники, связанные с расстрелами местного населения. Еще в межвоенный период евреи составляли немалую часть населения города. Так, в 1931 г. население Лунинца составляло 8698 человек, из которых 2232 являлись евреями и составляли 25,6 % населения [2]. В результате гитлеровской политики геноцида еврейское население было уничтожено, а места расстрелов и братских могил являются местом паломничества неравнодушных евреев из Израиля.

Луинец богат памятниками. В городе сохраняются памятники В. Ленину, К. Марксу, П. Сухому, Н. Калинковичу, памятник в честь

первого упоминания Лунинца, памятник войнам интернационалистам. На въезде в город, на месте катастрофы самолёта лётчика-штурмовика, Героя Советского Союза, майора Николая Сергеевича Давыдова установлен памятник – самолет МИГ-17. Кроме того, недооцененным и перспективным объектом сегодня в Лунинце является старое кладбище. На нем расположены искусные надгробия второй половины XIX века, а также могилы 4 героев СССР.

На сегодняшний день в Лунинце созданы условия для развития туризма. Функционирует гостиница и районный краеведческий музей. Лунинецкий районный краеведческий музей находится в двухэтажном здании, построенном в 1929 году и расположенном в центре города по ул. Советской. Основан музей в 1978 г. На 2015 год основной фонд музея насчитывал 10 754 экспоната. В музее можно познакомиться с первым письменным упоминанием, а также с легендами, рассказывающими о происхождении самого названия «Лунинец». В фондах хранятся экспонаты, относящиеся к истории Лунинетчины со времени появления первых поселенцев до начала XX века.

В целом же дальнейшее развитие туризма в Лунинце на основе уже существующих объектов является перспективным направлением развития города.

СПИСОК ИСТОЧНИКОВ

1. Праваслаўныя храмы Беларусі : энцыклапедычны даведнік / А. М. Кулагін. – Мінск : Беларуская Энцыклапедыя, 2007. - 653 с.
2. Государственный архив Брестской области. – Ф. 1. – Оп. 2. – Д. 1985. – Л. 9.

РАЗДЕЛ 5. АГРОЭКОТУРИЗМ, ТУРИСТСКО-ОЗДОРОВИТЕЛЬНАЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ И СПОРТИВНЫЙ ТУРИЗМ

А.В. БАРАНОВА

Брест, БрГУ имени А.С. Пушкина

Научный руководитель – А.А. Сидорович, канд. геогр. наук, доцент

СОВРЕМЕННАЯ СЕТЬ И НАПРАВЛЕНИЯ ТУРИСТИЧЕСКОГО ИСПОЛЬЗОВАНИЯ ЗАПОВЕДНЫХ ТЕРРИТОРИЙ РЕСПУБЛИКАНСКОГО ЗНАЧЕНИЯ

В развитии туризма Республики Беларусь особое значение имеют природные территории с международным природоохранным статусом:

- 16 особо охраняемых природных территорий (ООПТ) в Беларуси имеют статус Рамсарских угодий, включены в список водно-болотных угодий международного значения;

- три ООПТ имеют статус биосферных резерватов ЮНЕСКО: Березинский биосферный заповедник, национальный парк «Беловежская пуща», заказник «Прибужское Полесье» (на базе биосферного резервата «Прибужское Полесье» создан трехсторонний биосферный резерват «Западное Полесье»);

- один объект включен в список объектов Всемирного природного наследия ЮНЕСКО – это часть территории национального парка «Беловежская Пуща»;

- 12 ООПТ определены для включения в Изумрудную сеть Европы.

Наиболее важными ООПТ являются: Национальный парк «Браславские озера», заказник «Налибокская пуща», республиканский ландшафтный заказник «Красный бор», заказник «Дикое», заказник «Званец», заказник «Старый Жаден», заказник «Котра», республиканский ландшафтный заказник «Синьша», республиканский ландшафтный заказник «Селява», республиканский ландшафтный заказник «Освейский», республиканский «Свислочно-Березинский», заказник «Острова Дулебы», заказник «Гродненская пуща», заказник «Морочно», заказник «Простырь».

Особо охраняемые природные территории играют ключевую роль в развитии экотуризма, поскольку большая часть познавательных маршрутов разрабатывается на территориях с богатым биологическим и ландшафтным разнообразием, предлагающих посетителям не только красивые панорамы, но и уникальные знания о местных биоценозах (исторически сложившаяся совокупность людей, животных, растений, грибов и микроорганизмов, населяющих относительно однородное

жизненное пространство (определённый участок суши или акватории), связанных между собой, а также окружающей их средой), экосистемах, редких видах флоры и фауны.

Важно отметить, что в связи с возрастающей антропогенной нагрузкой на экосистемы, а также широким ростом и развитием урбоэкосистем, развитие экологического туризма на особо охраняемых природных территориях является перспективным видом инновационной региональной хозяйственной деятельности.

Организация и функционирование заказников и памятников природы не предполагает развития туризма, и прямого отношения к туризму они, в большинстве своем, не имеют. Однако территории заказников и памятников природы могут активно использоваться с целью туризма. Следует активно включать посещения памятников природы в программы экскурсий, с целью решения познавательно-рекреационных задач, экологического воспитания, расширения естествознания, воспитания патриотизма к родному краю и бережного отношения к природе. С целью увеличения положительного эффекта от рекреационного использования территорий ООПТ на стадии их создания и функционирования целесообразно привлекать специалистов по туристическо-экскурсионной работе.

С целью анализа использования особо охраняемых территорий Беларуси в практической деятельности туристических предприятий были проанализированы предложения экологических экскурсий в ООПТ. Наиболее интересные предложения представлены в таблице 1.1.

Необходимо отметить, что на сайтах туристических предприятий представлены подробные программы экскурсий и туров, причем каждое посещаемое место сопровождается фотоматериалами. Четко прописаны приемы пищи, места размещения туристов, время переездов и другое.

Таким образом, особо охраняемые природные территории Республики Беларусь играют ключевую роль в развитии экотуризма, поскольку большая часть познавательных маршрутов разрабатывается на территориях с богатым биологическим и ландшафтным разнообразием. В стране созданы и функционируют государственные природоохранные учреждения, осуществляющие управление ООПТ, в том числе Березинским биосферным заповедником, национальными парками и 26 заказниками республиканского значения.

Таблица 1.1 – Экскурсии экологической тематики, предлагаемые туристическими предприятиями

Название туристического предприятия	Экскурсия экологической тематики	Краткое описание
1	2	3
Экскурсионное бюро «Вежа» ООО «БелЭкскурс»	Ландшафтный заказник «Ельня»	Экскурсия подразумевает катание на болотоходе, прогулки в болотоступах, посещение двух маршрутов в разных частях заказника, плавание в болотных озерах и знакомство с бабочками, стрекозами и другими насекомыми соседнего заказника Болото Мох.
ООО «Топ-тур»	Браславский калейдоскоп	Во время экскурсии экскурсанты смогут познакомиться с наиболее интересными природными и историческими объектами Национального парка «Браславские озера», полюбоваться пейзажами с горы «Маяк», а также испить целебной воды из лесной криницы.
ОДО «Винополь»	Голубое ожерелье Нарочанского края	Экскурсионный маршрут начинается с города Мядель, расположенного на озере Мястро, где расположен костел Девы Марии Шкаплерной кармелитского монастыря. Далее экскурсантам демонстрируются кристально прозрачные озера Глубля и Глубелька, загадочное озеро Мертвое, озеро Свирь и одноименный поселок. Прогулка по экологической тропе (4 км) этого уникального природного комплекса никого не оставит равнодушным. Маршрут протекает по самым живописным местам края и завершается в усадьбе Скимунтов в Шеметово.

В республике утвержден комплекс мер по развитию и продвижению экологического туризма на особо охраняемых природных территориях до 2025 года. Опорными центрами развития экологического туризма принята сеть существующих национальных парков, имеющих научные подразделения природоохранного профиля («Беловежская пуца», «Припятский», «Браславские озера», «Нарочанский»), Березинский биосферный заповедник, республиканские заказники.

СПИСОК ИСТОЧНИКОВ

1. Белорусский экскурсионный портал [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://ekskursii.by/>. – дата доступа: 08.12.2021.
2. Боярчук, Т.Н. Особенности использования охраняемых природных

территорий в развитии экологического туризма в Республике Беларусь / Т.Н. Боярчук, Н.Б. Журавлева // Устойчивое развитие экономики: состояние, проблемы, перспективы: сб. тр. VIII Междунар. науч.-практ. конф., Пинск, 17 октября 2014 г. – Пинск: ПолесГУ, 2014. – С. 105-107.

В. Т. ВАСИЛЕНКО

Брест, БрГУ имени А.С. Пушкина

Научный руководитель – С. В. Артёменко, канд. геогр. наук, доцент

ОКРУЖАЮЩАЯ СРЕДА И УСТОЙЧИВОЕ РАЗВИТИЕ ТУРИЗМА

Популярность туристских территорий, в настоящее время, определяется степенью туристической привлекательности. Она основывается в первую очередь на наличии конкретных ресурсов, как естественных, так и культурно-исторических, социально-экономических, а также на наличии сложной и эффективной материально-технической базы, включая развитую транспортную инфраструктуру и т.д. Естественная туристическая привлекательность определяется: красотой природных объектов и естественных аттракторов; мягкостью климатических характеристик и комфортностью температуры; чистотой рек, а также озер и других водоемов; благоприятной экологической обстановкой. Росту привлекательности природного потенциала территории, способствует наличие экзотичности, неповторимости и уникальности ландшафта, влияющего на психологическое состояние туриста. Туризм развивается в тесном взаимодействии с окружающей средой. И только с помощью грамотного управления развитием туризма и четкого планирования можно увеличить положительное воздействие туризма и уменьшить негативное.

Экологический туризм, сложившийся в рамках концепции устойчивого развития, представляет собой сочетание путешествия с ответственным отношением к природе, что связывает физическую рекреацию, знакомство с объектами живой и неживой природы с возможностью их воспроизводства и защиты. Во многих странах мира (США, Германия и др.) экотуризм уже стал одним из основных направлений туристско-рекреационной деятельности, в регионах Беларуси он находится на стадии становления. Показательным в этом смысле является ситуация в Брестской области.

Брестская область располагается на юго-западе Беларуси в центре Европы. Климат континентальный умеренный, с мягкой зимой и теплым летом. Экологическая ситуация в области по данным Национальной

системы мониторинга окружающей среды характеризуется стабильно положительной динамикой [1].

Речная сеть относится к бассейнам Балтийского и Черного морей. На территории области расположено 450 водоемов, протекает более 4000 больших, малых рек. Крупнейшими реками являются Припять, Западный Буг, Щара. В границах Брестской области насчитывается около 60 озёр. Большинство озёр располагается группами: Полесская группа старичных озёр, Малоритская, Брестская группа ледниково-карстовых озёр, группа Споровская и Выгонощанская группы озёр (в том числе самое крупное озеро области – Выгонощанское) и др. Особое значение в Брестской области придается сохранению на её территории в естественном состоянии крупнейших в Европе открытых низинных болот и сильно обводнённых пойм равнинных рек. В пределах Припятского Полесья и Малоритской равнины располагаются самые большие болотные массивы. Они вносят вклад в формирование климата Европы, являются гарантами сохранения биоразнообразия и природного наследия территории.

Современная флора области насчитывает более 1400 видов растений. Животный мир представлен 72 видами млекопитающих, 302 видами птиц, 7 видами рептилий, 13 видами амфибий, 60 видами рыб и более чем 20000 беспозвоночных различных групп. Особое значение территория области имеет для исчезающих в Европе видов птиц, в том числе для глобально исчезающего вида – вертлявой камышовки. Общая численность группировки этого вида, гнездящейся на болотных массивах заказников «Дикое», «Званец», «Споровский», оценивается в пределах от 8000 до 10000 поющих самцов.

Площадь особо охраняемых природных территорий составляет 447,7 тыс. га или 13,7% территории области. На территории области расположен национальный парк «Беловежская пуща», который включен в Список Всемирного культурного и природного наследия ЮНЕСКО, а также в мировую сеть биосферных заповедников. 17 заказников республиканского значения, 28 – местного значения, 77 памятников природы. Заказники республиканского значения – «Споровский», «Средняя Припять», «Званец», «Ольманские Болота» и «Простырь» включены в список Рамсарских угодий. Заказниками разработано 43 экскурсионных маршрута и экотропы, 7 заказников создали центры экологического просвещения, 6 имеют собственную круглогодичную базу по приему туристов.

В Брестской области 9 объектов для отдыха и рекреации. Среди них можно отметить курорт местного назначения «Озеро Белое», туристические зоны местного назначения «Бусса», «Лесная», «Озеро Бамовское», «Телеханская», «Зельвянка», специальный туристско-

рекреационный парк «Сосновый Бор», туристическая зона города Бреста и туристическая зона города Пинска. По состоянию на 2018 год в Брестской области разработано более чем 150 туристско-экскурсионных маршрутов. Услуги размещения оказывают 76 гостиниц, имеется ряд санаторно-курортных и оздоровительных организаций, агроусадеб, и комплексов, занимающихся агроэкотуризмом. Кроме того, в области функционируют 84 водных объекта, на которых развивается туризм, 139 туристических стоянок и зон отдыха, в том числе 82 у водоемов, 7 пассажирских судов, 23 причала, 75 экологических туристических маршрутов с активными способами перемещения [2].

Ежегодно, с целью стимулирования въездного туризма в области проводятся мероприятия, привлекательные для туристов: международный агротуристический фестиваль «Мотальскія прысмакі» в Ивановском районе, фестиваль «Спораускія жарты» в Березовском районе, кулинарный фестиваль «Палескія прысмакі» на базе агроусадыбы «На заречной улице» Кобринского района, конкурс косцов на базе заказника «Споровский», праздник фольклорных коллективов «Купалье» и этнографический праздник «Коники» в Столинском районе, «Тайны Прибужского Полесья» в Брестском районе и др.

Республика Беларусь имеет возможности для развития устойчивого туризма. В Брестской области развивается экотуризм, однако потенциал территории не используется в полном объёме, ввиду отсутствия:

- подготовки экскурсоводов, владеющих вопросами экологии, биологии, истории и культуры своего края;
- бессистемным развитием отдельных видов туризма и низкой степенью вовлеченности туристской деятельности в инновации;
- несоответствием цены и качества предоставляемых услуг,
- слабо развитой туристской инфраструктурой;
- неэффективной рекламой.

Необходимо продвигать новые формы альтернативного туризма (спортивный, событийный, гастрономический, сельский туризм), а также создавать новые рекреационные зоны. Позитивным результатом может послужить наличие адекватной международной нормативно правовой базы, наличие единства целей и задач в действиях органов государственной власти различного уровня, обеспечивающих правопорядок в экологической сфере, как на уровне Республики Беларусь, так и на уровне всего мира.

СПИСОК ИСТОЧНИКОВ

1. Главный информационно-аналитический центр Национальной системы мониторинга окружающей среды Республики Беларусь

[Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.nsmos.by/>. – Дата доступа: 01.02.2022.

2. Брестский областной исполнительный комитет [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://brest-region.gov.by/>. – Дата доступа: 01.02.2022.

Н. В. ВОЛКОВ

Витебск, ВГАВМ

Научный руководитель – Е.П. Казимиров, доцент

СОВРЕМЕННЫЕ ТЕНДЕНЦИИ РАЗВИТИЯ АГРОЭКОТУРИЗМА В БЕЛАРУСИ

Агроэкотуризм – это разновидность туризма, деятельность которой направлена на ознакомление туристов с природным и культурным потенциалом республики, национальными традициями в процессе отдыха, оздоровления в деревенской глуши, вдали от городской суеты и шума.

Данный вид отдыха помогает уединиться в тишине и полной гармонии природы – мечта любого человека, которого утомил быстрый темп городской жизни. Можно хотя бы на время забыть о работе, повседневных обязанностях, общественном транспорте, пробках, толпах людей, очередях и многое другое. Многих агротуристов привлекает возможность соприкосновения с бытом, культурой, фольклором и традициями своей страны, которые еще сохраняются в деревнях.

Агроэкотуризм в сельской местности способствует развитию местной экономики, формированию спроса на местные товары и услуги, появлению новых источников дохода для фермеров и физических лиц.

Агроэкотуристическую привлекательность Республики Беларусь определяет ее географическое положение, природно-климатические условия, наличие в сельской местности историко-архитектурных памятников, сохранение традиционных промыслов, национальный менталитет белорусов.

В последние десятилетия 20 века наблюдалось две тенденции, которые дали толчок развитию агроэкотуризма в РБ:

1. Быстрый рост количеств путешествующих людей, в результате чего туризм из мало значимой сферы экономической деятельности превратился в одну из крупнейших.

2. Распространение идей охраны окружающей среды, которые стали популярны среди представителей цивилизации, особенно западной. Данная идея коснулась так же и сознания туристов. Многообразие форм и широта возможностей отдыха в белорусской деревне могут удивить даже самого изыскательного туриста. Для этого нужно создать турпродукт и составить

интересную программу пребывания. Сюда можно вносить и наши заповедные территории и нематериальное наследие, и формы отдыха, и самое главное – гостеприимство сельских жителей.

К числу потребителей услуг агроэкотуризма относятся в первую очередь граждане Беларуси, среди которых можно выделить потребительские группы:

- 1) Городские семьи с детьми, не желающие обременять себя содержанием дачи за городом;
- 2) Пожилые граждане, заинтересованные в уединении или в проведении отпуска с внуками;
- 3) Компании молодежи, другие возрастные группы, желающие провести выходные дни за городом;
- 4) Люди, увлеченные определенными видами спорта и хобби

В зависимости от выбора усадьбы или другого объекта посетители получают массу занятий для развлечений:

- Охота или рыбалка. Где-то эти занятия идут в дополнение к другим, но есть места, созданные для рыболовов и охотников, которые относятся к этим развлечениям, как к профессиональному направлению.

- Изучение истории Беларуси, сельского быта, культурных традиций. Посетить музеи, разучить национальные танцы, игры, песни.

- Мастер классы ремесел. Вы можете самостоятельно изготовить сувениры, познакомиться с гончарным делом, обработать дерево и др.

- Знакомство с местной кухней, которая радует разнообразием блюд традиционных напитков.

- Знакомство гостей с легендами окружающей местности Беларуси.

- Бани и сауны по старинным правилам – с народными рецептами ухода за собой.

Формирование агроэкотуристического бизнеса поможет улучшить состояние белорусского села и его окрестностей, сохранить народные промыслы, ремесла, традиции.

Агроэкотуризм как спортивное направление. Для спортивного туризма иногда необходимы минимальные вложения и затраты, так как тренировочная подготовка и сами маршруты могут проходить в природной среде.

Основные виды спортивного туризма: пешеходный, горный, комбинированный, лыжный, парусный, водный.

Следует упомянуть что в последние годы набирает популярность экстремальный туризм. Хотя он и обусловлен многими рисками.

Плюсы:

- Возможность получить наслаждение от красот природы, испытать красочные эмоции.

- Укрепить свой организм, моральный дух;
 - Минимальные затраты
- Минусы:
- Не подходит людям с проблемами со здоровьем;
 - Риск получения травм;
 - Иногда потребует больших денежных затрат.

СПИСОК ИСТОЧНИКОВ

1. Агротуризм - 2016. Зеленая экономика и креативность : материалы докладов конференции, Минск, 21 декабря 2016 г. – Минск Издательский центр БГУ, 2016. – 70 с.
2. Беларусь туристическая : Минск, Минская область, Могилевская область, Витебская область, Гродненская область, гомельская область, брестская область/ Н. А. Чирский. – Минск : Беларусь, 2017. – 335 с.

С. С. ГЕРАСИМОВИЧ

Брест, БрГУ им. А. С. Пушкина

Научный руководитель – С.А. Заруцкий, канд. геогр. наук, доцент

СПОРТИВНАЯ ИНФРАСТРУКТУРА КАК РЕСУРС РАЗВИТИЯ ТУРИЗМА (НА ПРИМЕРЕ МОЛОДЕЧНЕНСКОГО РАЙОНА)

В настоящее время в Республике Беларусь большое внимание уделяется вопросам развития спорта и здорового образа жизни, в том числе организации и проведения спортивно-массовых мероприятий самого высокого уровня. Проведение крупных спортивных соревнований всегда привлекает огромное количество туристов. Поэтому изучение возможности использования спортивно-массовых мероприятий для организации туристических поездок является весьма актуальным для белорусской туриндустрии.

В Республике Беларусь в контексте реализации национальных программ по развитию спорта идет создание разнопрофильных спортивных объектов. Инвестируя значительные средства в строительство спортивных площадок, государство вносит огромный вклад в развитие здоровья нации.

В Молодечненском районе создана развитая спортивная-техническая база, включающая 240 стационарных спортивных объектов, на которых работают 450 человек. Спортивные объекты города и района одновременно могут принять 6500 человек.

В 2011 году в г. Молодечно был введен в эксплуатацию современный спортивно-развлекательный комплекс. Кроме необычного дизайна,

сооружение отличается внутренней многофункциональностью: ледовая арена на 2200 посадочных мест, универсальный спортивный зал с трибунами на 990 посадочных мест (максимальное нахождение граждан до 1000), а также возможностью трансформироваться под разные виды спорта, плавательный бассейн на 4 дорожки с элементами аквапарка (одновременное нахождение граждан 100 человек 1 час). Здесь проводятся хоккейные матчи, соревнования по баскетболу, гандболу, волейболу, плаванию республиканского и международного значения, спартакиады и массовые зрелищные мероприятия, концерты, ледовые шоу, привлекающие жителей и гостей города. На базе центра открыта Минская областная комплексная детско-юношеская спортивная школа «Олимпик-2011».



Рисунок 1 – Спортивно-развлекательный комплекс г. Молодечно

Стадион пляжных видов спорта был сооружен в 2013 году. Открытие было запланировано к проведению в г. Молодечно юниорского чемпионата Европы по пляжному волейболу. Объект включает в себя две зоны для пляжного волейбола, трибуны на 1200 мест, специальные помещения для спортсменов, автостоянку и комплекс антивандальных тренажеров. Недалеко от стадиона находится гостиница «Молодечно» на 120 мест, что очень удобно для спортсменов и гостей города, приезжающих из разных уголков страны.

Городской стадион в Молодечно – это многофункциональный комплекс, открытый в 1920-е годы и реконструирован в 2005 году. Максимальная вместимость – 4800 человек. Здесь находится футбольное поле, беговые дорожки и комплекс антивандальных тренажеров. Является домашним стадионом ФК «Ислочь» и Молодечно-ДЮСШ-4. Городской стадион принят комиссией УЕФА для проведения международных матчей. Стадион входит в структуру Государственного учреждения физкультурно-спортивного клуба «Огонек», которое осуществляет спортивно-массовую и физкультурно-оздоровительную подготовку населения.



Рисунок 1 – Городской стадион г. Молодечно

В последние годы большое внимание уделяется одному из самых зрелищных видов спорта – конному. В Молодечненском районе действует конно-спортивная база «Полочаны». Включает в себя здание администрации с комнатами для гостей (14 мест для размещения, кухня, бильярдная, сауна), 2 конюшни, крытый манеж, конкурсные поля, галерею с раздевалками и душевыми, игровую площадку с синтетическим покрытием. Комплекс специализируется на обучении верховой езде взрослых и детей, индивидуальных занятиях, конных прогулках и экскурсиях.

Востребованным направлением в спорте стал и скейтбординг. Летом 2021 года в Молодечно началось строительство скейтпарка – специализированной спортивной площадки, созданной для катания на скейтбордах, роликовых коньках, самокатах и ВМХ, на которые сейчас возникает резкий спрос у современной молодежи. На площадке будет установлено специальное оборудование для скейтбордов – 10 единиц. Оно будет иметь металлический каркас с элементами фанеры и пластика. Планируется, что новый объект станет местом притяжения любителей экстремальных видов спорта. Предположительный размер площадки до 1000 м². В будущем эту часть парка с площадкой планируют и дальше обустраивать более современно.

Сегодня в Беларуси огромное внимание уделяется развитию городской инфраструктуры для велосипедистов: появляются специальные дорожки и велопарковки, выделяются полосы на городских тротуарах, наносятся разметка и пиктограммы, устанавливаются велосипедные знаки. К сожалению, Молодечненский район не получил должного развития велосипедного движения. Инфраструктура развита слабо, на территории города и района отсутствуют специальные места для передвижения на велосипедах, что затрудняет передвижение по сети улиц и дорог, а также может спровоцировать аварийные ситуации.

В целом можно сказать, что Молодечненский район имеет хорошую инфраструктуру для дальнейшего развития спортивного туризма. На спортивных объектах проходят соревнования самого высокого уровня. В городе проходят финальные поединки Чемпионатов и Кубков страны по волейболу, гандболу, футболу. В районе развивается 36 видов спорта, из которых 18 входят в программу Олимпийских игр. Фактически все культивируемые виды спорта имеют специализированные спортивные объекты для организации учебно-тренировочных занятий. Однако, следует отметить, что город и район не обладает достаточной инфраструктурой для размещения во время турниров большого количества иногородних граждан. Это может негативно отразиться на посещении спортивных мероприятий и на притоке иностранных туристов и гостей города.

СПИСОК ИСТОЧНИКОВ

1. Молодечненский районный исполнительный комитет [Электронный ресурс] // Режим доступа: <https://www.molodechno.gov.by/> – Дата доступа: 28.02.2022
2. Конно-спортивный комплекс «Полочаны» [Электронный ресурс] // Режим доступа: <https://planetabelarus.by/infrastructure/sport/sportivnye-organizatsii/konno-sportivnyy-kompleks-polochany/> – Дата доступа: 28.02.2022

С. А. ДОНЦОВА

Брест, БрГУ имени А.С. Пушкина

Научный руководитель – Н.П. Галимова, канд. философ. наук, доцент

РАЗВИТИЕ ФИЗИЧЕСКОЙ КУЛЬТУРЫ В 1945 –1980 –Е ГГ. (НА ПРИМЕРЕ КАМЕНЕЦКОГО РАЙОНА БРЕСТСКОЙ ОБЛАСТИ)

Советский период развития физкультуры и спорта фактически начался в 1945 г., когда при Каменецком и Высоковском райисполкомах были созданы комитеты по физической культуре и спорту. Первые председатели этих комитетов агитировали за спорт собственным примером. Так, Николай Никитин, будучи сам хорошим акробатом, организовал среди молодежи группу акробатов, которая с успехом выступала на сцене райцентра и деревень. 1945–1959 гг. – период становления физического воспитания. В школах были введены уроки физвоспитания, хотя проводились они очень примитивно из-за отсутствия спортивной базы и специалистов: не было ни спортплощадок, ни спортзалов. Правда, со временем начали строить площадки, но

специалистов по-прежнему заменяли энтузиасты, из которых наиболее выделялся отставной офицер Николай Басов, который работал в Каменце.

Значимую роль в становлении спорта среди молодежи сыграли военнослужащие. Пограничники оборудовали в Высоковском парке стадион, на котором они занимались волейболом, футболом, легкой атлетикой, стрельбой. У танкистов особой популярностью пользовался футбол.

В конце 1940-х гг. в Каменце и Высоком оборудовались для занятий физкультурой первые школьные классы, а созданию спортплощадок способствовал конкурс на лучшую спортивную площадку, который проводился ежегодно. В первой половине 1950-х гг. начали работать первые специалисты по физическому воспитанию: М.Я. Романович, Ф.М. Федоткин, Г.С. Мусевич, В.С. Мартысевич. Центрами физвоспитания стали Высоковская, Верховичевская, Каменецкая и Пелищанская школы [1, с. 484].

Во второй половине 1950-х гг. команды района выступали в 13 видах спорта на областной спартакиаде, в том числе и в редких для наших мест видах спорта: теннисе, гимнастике, фехтовании, штанге, водном поло. Со временем число соревнований как среди взрослых, так и среди школьников росло качественно и количественно. Спорт стал важной частью районных праздников. В середине 1950-х гг. возникли в районе спортивные товарищества: «Динамо», «Красное знамя», «Спартак», «Урожай». Наиболее крупное – «Урожай» – сохранило свои позиции в организации спорта среди молодежи на долгие годы.

Движущей силой в развитии физкультуры и спорта в районе стали: в сельском спорте – ДССТ «Урожай», в школьном – Районная детско-юношеская школа «Пуща». Спортивным товариществом «Урожай» наиболее продуктивно управлял на протяжении более десяти лет В.Т. Мышленник, а ДЮСШ «Пуща» более тридцати лет возглавлял Г.С. Мусевич.

Известно о следующих спортивных достижениях того времени:

20 февраля 1972 г. в Каменецком районе были проведены лыжные соревнования среди юношей и девушек 1956–1957 и 1958–1959 гг. рождения. Общее количество команд 21, среди которых заняли 1, 2 и 3 места среди юношей следующие команды:

1. Каменецкая СШ (Омельянюк Николай, Будкевич Виктор, Грицук Георгий) с суммой очков: 48-48;

2. Борщевская СШ (Кунасюк Владимир, Рубашевский Иван, Лазарук Николай) с суммой очков: 55-06;

3. Каменюкская СШ (Сергеев Алексей, Темчук Сергей) с суммой очков: 56-13.

А среди девушек:

1. Пелищанская СШ (Михальчук Елена, Сметанко Евгения, Ярошук Екатерина) с суммой очков: 12-27;

2. Волчинская СШ (Антонюк Любовь, Фипнова Зинаида, Паднюк Людмила) с суммой очков: 38-23;

3. Волковичская СШ (Семенюк Нина, Гупенюк Людмила, Карпишевич Рая) с суммой очков: 39-00 [2, л. 3].

Многие спортивные праздники и соревнования в то время были приурочены к значимым датам в истории. В Каменецком районе в ходе подготовки и проведения мероприятий к 50-летию создания СССР была проделана определенная спортивно-массовая работа: развернулось социалистическое соревнование за досрочное выполнение планов развития физкультуры и спорта на 1972 г., были проведены соревнования (спартакиада школьников района по различным видам спорта, смотр-конкурс спортивных объектов школ района). Также в каждой школе были проведены кроссы в честь 50-летия СССР, в Каменце был проведен кросс-мемориал им. Пивненко [2, л. 4].

В Каменецком районе на 1974 г. насчитывалось 73 коллектива физкультуры, где занималось физкультурой на 1974 г. 7734 человека. В работе комитета физкультуры и спорта принимали участие Логинов К.И., Никитюк В.С., Мышленник А.Н., Мусевич Н.С., А. М. Баранов.

В течение 1974 г. было проведено 9 заседаний комитета, на которых ставились вопросы о ходе спартакиады, работе физкультурных коллективов школ, о постановке вопросов сдачи норм ГТО, о строительстве спортивных сооружений в школах района. О том, что спорт занимал важное место в досуговой деятельности, говорило и то, что в течение 1974 г. было подготовлено инструкторов-общественников – 480 человек, судей по спорту – 581 человек [3, л. 5].

В 1976 г. на Каменецком стадионе проводились занятия для групп по общей физической подготовке. В них занималось 60 человек. Также проходили занятия групп здоровья, в которых занималось 112 человек. Из них сдало нормативы ГТО 43 человека. За 1976 г. на Каменецком стадионе было проведено 18 соревнований [4, л. 2].

В октябре 1977 г. провели спартакиаду, посвященную 60-летию Великой Октябрьской социалистической революции по таким видам спорта, как шашки, шахматы, волейбол и провели футбольный матч между командами-победительницами кубка района и первенства района.

В 1977 г. прозвучали два выступления по местному радио, выступал председатель районного комитета по физкультуре и спорту Трусевич Н.С. и член райсовета «Урожай» Парафенюк Г.П., которые рассказали о спортивных достижениях района. Прочитали совместно с обществом «Знание» лекции «О достижениях Советской системы физического

воспитания за годы советской власти» в каждом коллективе физкультуры района [5, л. 7].

СПИСОК ИСТОЧНИКОВ

1. Памяць: Гіст.-дакум. Хроніка Камянецкага раёна / Г.П. Парафянюк, Р.Я. Смірнова [і інш.]; падрэд. Г.П. Парафянюк. – Мінск: Ураджай, 1997. – 524 с.

2. Государственный архив Брестской области (ГАБрО) – Фонд 157. – Оп. 1. – Д. 16. Информации комитета о проделанной работе в честь 50-летия образования СССР, проведение лыжных соревнований и даче норм ГТО и др. за 1972 г.

3. ГАБрО – Фонд 157. – Оп. 1. – Д. 23. Отчет и сведения о работе комитета и повышении квалификации физкультурных работников района за 1974 г.

4. ГАБрО – Фонд 157. – Оп. 1. – Д. 34. Справка комитета по подведению итогов областного соревнования за лучшую постановку физкультурно-массовой работы коллективов спортучреждений за 1976 г.

5. ГАБрО – Фонд 157. – Оп. 1. – Д. 38. Информация комитета о результатах областного смотра-конкурса работы спортивных школ и выполнение плана мероприятий за 1977 г.

Д. В. ЕРЧИК

Гродно, ГрГУ им. Янки Купалы

Научный руководитель – В.Г. Корнелюк, канд. истор. наук, доцент

ОСОБЕННОСТИ ОРГАНИЗАЦИИ МАРКЕТИНГА В АГРОУСАДЬБАХ

В настоящее время агротуризм выступает в качестве стимулятора развития экономики и социальной сферы, участвующих в создании комплексного регионального туристического продукта. Эта отрасль хозяйствования при сравнительно небольших капиталовложениях способна обеспечить экономически рентабельное использование местных историко-культурных и природных ресурсов и тем самым поддержать становление малого и среднего бизнеса, что положительно сказывается на развитии сельскохозяйственных регионов [1].

Отдохнуть от городской жизни, на свежем воздухе, с пением местных птиц, а также узнать что-то новое о местных промыслах – это главное призвание агроэкотуризма. И по этой причине в белорусских агроусадьбах становится всё больше предложений для туристов не похожих друг на друга. Но, как показывает практика, многие подобные инициативы не

развиваются дальше, или даже сворачиваются в течение первого года работы. И неотъемлемую роль здесь играет маркетинг. Ведь именно от того как будет продвинуты с точки зрения рекламы белорусские агроусадьбы на туристические рынки и зависит будущее состояние агротуризма в Беларуси.

Для успешного развития агротуризма в Беларуси очень важно использовать эффективно осуществляемый комплекс особых маркетинговых инструментов. Каждый из этих инструментов комплекса маркетинга включает самостоятельную систему маркетинга, осуществление которых формирует определённую маркетинговую политику (сбытовую, коммуникационную, продуктовую и ценовую). Агроусадьба может видоизменять и подгонять эти параметры комплекса маркетинга под свою концепцию с целью наиболее результативного воздействия на рынок туристических услуг, потребителей в пределах имеющихся случаев и своего осознания роли маркетинга.

На рынке туристических услуг имеет место высокий уровень конкуренции, что обуславливает значительную роль программ продвижения турпродуктов. Именно данные программы должны включать в себя грамотно сформированный комплекс маркетинговых коммуникаций, обладающий высокой степенью интеграции, необходимо активно внедрять инновационные маркетинговые коммуникации, позволяющие при незначительных затратах достигать высокой степени отдачи, особую актуальность для сферы агротуризма приобретают малобюджетные маркетинговые коммуникации [2].

Таблица 1.1 Комплекс наиболее используемых маркетинговых коммуникаций в сфере агротуризма Беларуси.

Вид	Элемент
Реклама	Интернет-реклама, реклама в прессе, наружная реклама, телевидение и радио, выставки и ярмарки
Стимулирование сбыта	Предложение специальной цены; подкрепление продукта; предоставление бесплатных образцов; купонаж
Прямой маркетинг	Персональная презентация; каталог-маркетинг; персональные продажи.
Связи с общественностью (PR)	Постоянные контакты со СМИ и общественными мероприятиями

Далее для того, чтобы выявить и проанализировать элементы комплекса маркетинговых коммуникаций, использующиеся в агроусадьбах

Гродненской области, стоит приступить к прямому рассмотрению этих самых агроусадб.

По данным на 2020 г. в Гродненской области согласно статистическому сборнику успешно принимают туристов 433 агроэкоусадбы [3]. Для наиболее удобного рассмотрения агроусадб в был выбран туристический портал Holiday.by (так как этот интернет сервис больше всего вмещает агроусадб, собранных в единое целое), на котором находится 231 агроусадба [3]. И большая их часть рассредоточена в Гродненском районе. Анализ 193 агроусадбы был выбран по таким критериям как: наличие собственного сайта, использование системы интернет бронирования Booking.com, наличие странички в социальной сети ВКонтакте и Instagram [3].

Из анализа можно сделать некий вывод, что имеют собственный сайт только 59 агроусадб, то есть каждая третья агроусадба (31%), но этот список мог быть чуть больше, если бы хозяева таких агроусадб как «Селяхи», «Трычоўскімаentak», «Мильва», «Услада» и «Хатка ля пруда» поддерживали бы их в рабочем состоянии [3]. И получается, что 132 агроусадбы не имеют своего сайта и рекламируют свои услуги только через общие сайты агроусадб, такие как «Holiday.by», «Usadba.by», «BelKraj.by». Систему интернет бронирования Booking.com используют только 41 агроусадба, то есть каждая пятая (20 %). Главное преимущество Booking является то, что его в большинстве своём выбирают иностранцы и бронируют своё посещение именно там, но главное установить в своей агроусадбе платную отмену, за определённый срок, так как бывает, что они не всегда могут к нам приехать и это является хорошей подстраховкой. Имеют страничку в ВКонтакте 92 агроусадбы (48 %), причем только 30 % из этого списка обновляются на протяжении последних 8 месяцев, а страничку в Instagram имеет 72 агроусадбы (37 %), из которых 14 аккаунтов являются «заброшенными» [3].

Большинство проанализированных сайтов агроусадб отличаются своей оригинальностью, а также привлекательностью и это означает, что многие владельцы очень серьёзно подходят к своему делу. Многие отечественные сайты ничуть не уступают зарубежным сайтам агроусадб. Есть сайты и совсем простые по оформлению, но с высоким описанием своих услуг.

Из этого анализа получается, что самым популярным традиционным способом рекламы среди владельцев агроусадб является создание своей странички в Instagram. Можно считать этот выбор одним из успешных способов рекламы, так как эта социальная сеть является очень популярной среди молодёжи, людей среднего так и преклонного возраста ввиду её легкости понимания. И эта сеть очень популярна у иностранцев при

выборе агроусадьбы для отдыха, так как любая агроусадьба загружает туда свои самые атмосферные фотографии.

По сути, любая социальная сеть – это то же «сарафанное радио», только в интернете. Умелое пользование ее возможностями открывает вам доступ к широкой аудитории потенциальных клиентов, с которыми вы сможете неформально общаться, рассказывать о том, что у вас нового, делиться фотографиями и видео, отзывами посетителей.

Очень удручает тот факт, что многие уникальные и интересные агроусадьбы не имеют совсем никаких способов продвижения своих услуг, кроме как в общих сайтах, где сосредоточены огромное количество агроусадоб. Например, такие как «Вита» с её музеем старинных вещей, «Маентак по дороге на Вильню» – агроусадьба с более чем 120-летней историей, «Сорочанские озёра» с уникальной баней из соломы [3]. Все эти агроусадьбы, пользуются успехом у туристов, но не так масштабно, как многие другие.

Руководствуясь определёнными критериями, такие как наличие собственного сайта, странички в социальных сетях Instagram, ВКонтакте, а также наличие системы бронирования Booking.com были проанализированы 193 агроусадьбы Гродненской области. Это позволило дать характеристику маркетингу в агротуризме. Также была произведена оценка особенностей продвижения агротуристического продукта в сельском туризме.

СПИСОК ИСТОЧНИКОВ

1. Использование маркетингового инструментария для продвижения и развития агротуризма / Костин К. Б. // Известия СПбГЭУ. 2014. №4 (88). – С. 56–60.

2. Маркетинговые инструменты в агротуризме Гродненской области / Н. Г. Баркова // Сельское хозяйство – проблемы и перспективы : сборник научных трудов : в 2 т. / Министерство сельского хозяйства и продовольствия Республики Беларусь, Учреждение образования «Гродненский государственный аграрный университет». – Гродно, 2010. — Т. 1 : Зоотехния. Экономика. – С. 312–319

3. Агроусадьбы и коттеджи. [Электронный ресурс]. – 2022. – Режим доступа: <https://www.holiday.by/by/dom/grodno-oblast/estates> – Дата доступа: 07.03.2022.

А.С. КИСЛОЩЕНКОВА

Брест, БрГУ имени А.С. Пушкина

Научный руководитель – А.Д. Панько, канд. ист. наук, доцент

ПОЛИГОНЫ ДЛЯ СПОРТИВНОГО ТУРИЗМА НА ТЕРРИТОРИИ КОБРИНСКОГО РАЙОНА

Для успешной организации мероприятий по спортивному туризму, в том числе и соревнований, крайне необходимыми являются факторы, влияющие на выбор полигона. Для каждого отдельного вида спорта, вышедшего из туризма, факторы будут отличаться. Так, к примеру, для проведения соревнований по скалолазанию далеко не каждый естественный полигон на территории Брестской области окажется подходящим. Потому соревнования по данному виду спорта зачастую проводятся в искусственных условиях с смоделированными трассами разной сложности. В таких же видах спорта как ориентирование или туристско-прикладное многоборье (ТПМ) география полигонов значительно шире. Ключевыми факторами у спортивных полигонов для данных видов спорта будут: разнообразие рельефа, наличие водных ресурсов и, в обязательном порядке, спортивная карта местности.

Наиболее популярными естественными полигонами в Кобринском районе принято считать территорию близ озера Бамовское, а также близлежащие территории деревень Андроново и Верхолесье. Растительность в данных местностях представлена в основном лесными комплексами, а также незначительными заболоченными участками.

Ежегодно на территориях близ Бамовского озера и д. Верхолесье проводятся старты по ТПМ, в частности Кубок Брестской области по ТПМ памяти В.А. Пруделюка. Местность рядом с д. Андроново же используется для проведения стартов региональных соревнований по спортивному ориентированию, к примеру «ORIENT-LIGA 2021» – 4 этап.

Как уже упоминалось ранее, очень большое значение в судьбе природного полигона играет спортивная карта. Спортивные карты «Верхолесье» и «Андроново» составлены в 2020 году Р. Залещуком. Спортивная карта «Бамовское озеро» была составлена в 1989 г. П. Концевым и несколько раз подвергалась корректировке, последняя из которых была проведена в 2016 г. под руководством Р. Залещука. Для детального рассмотрения данных полигонов ограничимся территориями, включенными в карты.

Полигон «Бамовское озеро» расположен у озера Бамовское в 15 км от г. Кобрин. Рельеф равнинный, перепадов высот не наблюдается.

Особенность карты – густой растительный покров: значительно преобладает лес с густой растительностью, где бег затруднителен. Плотность растительности детализирована на многих участках карты. Территорий редкого леса почти нет, имеются крупные участки леса, где бег невозможен вовсе. Карта включает в себя так же поля, предназначенные для выращивания культур, передвижение по которым запрещено.

На территории карты есть водоём, а также масштабные заболоченные территории у западной границы карты, в районе реки Мухавец, что делает возможным проведение комплексных соревнований.

Юго-западная граница карты проходит вдоль трассы М1/Е30. При движении со стороны г. Кобрин поворота к озеру нет, поэтому всевозможные варианты подъезда к озеру увеличивают километраж от г. Кобрин до 26 км. Железнодорожной станции нет.

Полигон «Верхолесье (север)» находится между д. Верхолесье и д. Новосадки, расположенной в 20 км южнее г. Кобрин. Рельеф территории равнинный. Перепадов высот не наблюдается. Незначительные изменения рельефа четко детализированы.

Полигон ограничен вспаханymi полями и постройками двух деревень с севера и юга. Растительность представлена в основном легко и средне пробегаемым лесом. Близ д. Верхолесье имеется оборудованный водоем, из которого берут начало мелиоративные каналы, идущие вдоль западной границы карты. Информации по использованию данного полигона в спортивных целях нет.

Нахождение в пределах деревни обеспечивает хорошую доступность и значительное количество внутренних троп и просек.

Полигон «Андроново» расположен в пределах д. Андроново, которая находится в 5 км западнее г. Кобрин. Рельеф территории равнинный. Перепадов высот не наблюдается.

Полигон ограничен пашнями и постройками в д. Андроново. Растительность представлена в основном средне и сложно пробегаемым лесом, есть незначительные по масштабу легко пробегаемые участки. В большей степени представлены постройки в центральной и восточной частях карты. На территории отсутствует водоем, поэтому проведение комплексных соревнований невозможно.

Нахождение в пределах деревни и близость к городу обеспечивает хороший подъезд, а также значительное количество внутренних троп и просек.

Характеристика полигонов показывает, что все они имеют как схожие черты, так и различия, обеспечивающие возможность выбора. К схожим чертам относится: в большинстве своем одинаковый тип растительности и рельеф. Различия представлены наличием заболоченных участков и водных объектов, которые позволяют считать полигон комплексным.

Исходя из приведенных выше показателей, можно сделать вывод, что полигоны Кобринского района не подойдут для проведения соревнований республиканского масштаба в силу довольно однородной растительности и отсутствия значительных труднопреодолимых участков. Однако с задачами, которые запрашивает региональный уровень соревнований, данные территории справляются. Из этого можно сделать вывод, что природной спортивно-туристической базой район оснащен.

А.В. КУЧКО, Г.Ю. ПАРХОМОВА

Брест, БрГУ им. А. С. Пушкина

Научный руководитель: Т.С. Силюк, канд. экон. наук, доцент

ВОДНЫЙ ТУРИЗМ В БЕЛАРУСИ

Водный туризм – один из видов спортивного туризма, при котором проходимый маршрут располагается на воде, и который предоставляет возможность объединить активный отдых и оздоровление организма. Главным достоинством водного туризма является его доступность (он подходит даже для детей) [1, с. 4].

Водный туризм в Беларуси прогрессирует, перспективы для отдыха на воде растут с каждым годом. Среди водных маршрутов Беларуси можно выделить ряд рек с относительно быстрым течением и живописными берегами. Самые популярные из них – реки Страча, Сарьянка (северо-запад Беларуси), Исlochь (Минская область). На этих реках встречаются перекаты, шиверы, правда, они слабо выражены и подпадают под первую категорию сложности. Интересны реки Налибокской пущи: их берега покрыты реликтовыми лесами.

Интересными объектами для водного туризма в Беларуси являются каналы. Например, Огинский канал (Днепровско-Неманский канал) построен в 1767–1783 гг. и соединяет реки Ясельда (бассейн Припяти) и Щара (бассейн Немана), объединяя Балтийское море с Черным. Частью канала являются озера Выгонощанское и Вульковское. Длина Огинского канала около 55 км. Озеро Выгонощанское соединено с р. Щара коротким (2,5 км) прокопом. На канале 2 пристани – Телеханы и Огинская. Первоначально канал назывался Телеханским.

Днепровско-Бугский канал (ранее – Королевский) – судоходный канал на территории Полесья построенный в 1775–1783 гг. Соединяет реки Пина (приток Припяти; бассейн Днепра) и Мухавец (приток Западного Буга; бассейн Вислы). Общая длина 244 км [2, с. 21].

Августовский канал – судоходный канал в Польше и Гродненской области, соединяет реки Вислу и Неман (через реки Бебжу, Нетту и

Черную Ганьчу). Это памятник гидротехнического зодчества, расположен в особо охраняемой зоне ЮНЕСКО. Длина 101 км, в т.ч. 22 км на территории Беларуси, 79 км на территории Польши. Включает ряд шлюзов и разводных мостов [2, с. 27].

Для пассивных водных туристов предлагается катание на теплоходе. К услугам туристов – теплоходы «Свислочь» и «Вилия» в Минском море, «Посейдон» на озере Нарочь, «Мечта» в Бобруйске и др. Это лишь малая часть теплоходов, которые помогают делать водный туризм в Беларуси доступным и комфортным. Новшеством для белорусского туризма является плавучий отель «Полесье», который предлагает своим посетителям трехдневную экскурсию по Припяти [3].

Развитие водных маршрутов неотделимо от развития прибрежной базы. К примеру, в Пинском, Столинском и Лунинецком районах приречная инфраструктура представлена гидроузлами «Дубое», «Качановичи» и «Стахово» с зонами отдыха, паромными переправами «Дубое», «Стаховичи», «Домашицы» и «Коробье», речным вокзалом и пристанью прогулочного теплохода в Пинске. [3]. Однако в настоящее время прибрежная инфраструктура развита недостаточно.

Кроме недостатка инфраструктурных объектов на протяжении водных маршрутов, водный туризм в Беларуси сталкивается в своем развитии еще с рядом препятствий: агроусадьбы редко предлагают сплавы; персонал в сфере туризма не владеет навыками организации и осуществления сплавов, а также иностранными языками на необходимом уровне (особенно на периферии), что затрудняет привлечение иностранных туристов в водные походы; существует запрет на весенние сплавы.

Таким образом, Беларусь обладает значительным потенциалом для развития водного туризма. Однако для дальнейшего совершенствования данного вида туризма необходимо реализовать ряд мер:

- обеспечить государственную поддержку и создать национального туроператора, специализирующегося на водном туризме;
- изучать водные объекты с целью расширения на них оздоровительного, спортивного и природоохранного туризма, промысловых рекреационных занятий;
- развивать прибрежную инфраструктуру;
- стимулировать агроусадьбы к расширению перечня оказываемых услуг, в т.ч. за счет предложения сплавов по рекам, озерам, каналам;
- повышать квалификацию персонала, занятого в сфере туризма (обучение иностранным языкам и специальным навыкам, связанным с осуществлением сплавов).

СПИСОК ИСТОЧНИКОВ

1. Федотов, Ю.Н., Востоков, И.Е. Спортивно-оздоровительный туризм: Учебник / Под общ. Ред. Ю.Н. Федотова. – М.: Спорт, 2017. – 364с.
2. Якуш, Н.М. История и география туризма в Беларуси : учебное пособие для учреждений высшего образования / Н.М. Якуш. – Минск : БГТУ, 2018. – 212 с.
3. Водный туризм в Беларуси [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.belarustourism.by/blog/vodnyy-turizm-v-belarusi/>. – Дата доступа: 06.02.2022.

А.А. ОГИЕВИЧ

Брест, БрГУ имени А.С. Пушкина

Научный руководитель – Т.С. Силюк, канд. экон. наук, доцент

ФИЗКУЛЬТУРНО-ОЗДОРОВИТЕЛЬНЫЙ ТУРИЗМ В РЕСПУБЛИКЕ БЕЛАРУСЬ

Важной сферой жизнедеятельности в Беларуси являются физкультурно-оздоровительное обеспечение жизни людей. Это обусловлено тем, что сейчас многие люди пренебрегают здоровым образом жизни, что ведет к ухудшению состояния здоровья, росту сердечно-сосудистых заболеваний. Решению этих проблем будет содействовать развитие физкультурно-оздоровительного туризма в Беларуси.

Физкультурно-оздоровительный туризм – это вид туризма, целью которого является спортивное самосовершенствование в процессе преодоления естественных препятствий. Для многих людей спортивно-оздоровительный туризм является образом жизни и выступает как средство духовного и физического развития личности. По видам передвижения выделяют велосипедный туризм, автомототуризм, конный туризм, горнолыжный туризм, пешеходный туризм и др. [1].

Спортивный туризм в Беларуси достаточно широко распространен.

Горнолыжный отдых в Беларуси с каждым годом становится все более популярным. В стране отсутствуют горные массивы, однако есть высокие холмы, склоны, которые подходят для горнолыжного спорта и сноубординга. Горнолыжный туризм в Беларуси представлен парком активного отдыха «Якутские горы», горнолыжными центрами «Логойск», «Силичи», «Мозырь», «Раубичи».

В стране развивается конный спорт. Масса сельских усадеб, конных клубов и конюшен предоставляют услуги верховой езды: «Табун», «Pegas», «Успех», «Продиус» и др. Республиканский центр олимпийской подготовки конного спорта и коневодства «Ратомка»

обладает самой современной материально-технической базой для тренировок конников и организации соревнований международного уровня.

В Беларуси созданы условия для занятий велоспортом. Во всех регионах прокладываются маршруты различной категории сложности («Зеленый серпантин», «Тайны Белого озера»). Созданы трансграничные веломаршруты: «АвгустВело», «ВелоФорт», «По следам прибужских тайн».

Пешеходный туризм – вариант для семейного отдыха и отдыха с друзьями. Пеший поход доступен практически всем: уровень физической подготовки и возраст не имеют значения. Существуют походы с различной продолжительностью и уровнями сложности. Маршруты «Налибокская пуца», «Голубые озера», «Болото Ельня» – самые живописные в Беларуси,

Автотуризм в Беларуси представлен «Байк-фестивалем» для поклонников мототехники, а также джип-триалом – автомобильными соревнованиями на трассе с искусственными и/или естественными препятствиями на сильно пересеченной местности. Кроме того, широко распространены автобусные и автомобильные поездки с целью посещения достопримечательностей (Мирский замок, Коссовский дворец и пр.)

В Беларуси существуют широчайшие природные возможности для развития водного туризма. Можно спускаться на байдарках по озерам, протокам, рекам (река Страча – единственная экстремальная в стране с порогами). Можно совершить многодневное познавательное путешествие на теплоходе «Белая Русь» от Пинска до Бреста по системе «все включено».

Постановлением Совета Министров Республики Беларусь утверждена Государственная программа «Беларусь гостеприимная» на 2021–2025 годы. Цель программы – формирование и развитие современного конкурентоспособного туристического комплекса, увеличение вклада туризма в развитие национальной экономики. Для организации туристских походов разных категорий сложности разработаны и рекомендованы специальные туристские маршруты в разнообразные районы Беларуси – в Поозерье, Понеманье, Приднестровье, Полесье, Центральную Беларусь.

Для совершенствования физкультурно-оздоровительного туризма в Республике Беларусь необходимо:

- развивать вещественно-материальную базу физкультурно-образовательный учреждений в сфере туризма;
- повышать квалификацию кадрового состава;
- способствовать более широкому распространению физкультурно-оздоровительного туризма среди населения;
- расширять перечень физкультурно-оздоровительных услуг;

– способствовать созданию положительной мотивации у широких слоев населения к занятиям физкультурно-оздоровительным туризмом из-за возможности укрепления здоровья и формирования нового социального статуса человека.

СПИСОК ИСТОЧНИКОВ

1. Спортивно-оздоровительный туризм [Электронный ресурс]. – Режим доступа: https://studme.org/394188/turizm/sportivno_ozdorovitelnyy_turizm. – Дата доступа: 09.03.2022.

М. Ю. СТАНЧИК

Гродно, ГрГУ имени Янки Купалы

Научный руководитель – Т. Н. Боярчук, ст. преподаватель

ГАСТРОНОМИЧЕСКИЙ ТУРИЗМ: СОВРЕМЕННЫЕ ТЕНДЕНЦИИ И ПЕРСПЕКТИВЫ

Пандемия COVID-19, охватившая в настоящее время мировое сообщество, оказала влияние практически на все сферы деятельности современного общества. Несомненно, туристическая отрасль стала одной из уязвимых сфер жизнедеятельности в переломный период человечества XXI века. До настоящего времени в некоторых странах действуют ограничения, вызывающие определённые сложности при посещении туристических мест. Временные запреты на свободное передвижение людей между странами и регионами в итоге сказались на целях и мотивации потенциальных туристов, осуществляющих свои путешествия и туристические поездки.

Пандемия тем самым оказала влияние и на выбор локации для поездки современного туриста, в том числе и на отечественных туристов, проживающих в Беларуси. «Вчерашние клиенты» экзотических стран и морских круизов сегодня готовы отправиться в ближайшую местность, чтобы проникнуть в аутентичность своего региона. В настоящее время интерес к региональным путешествиям обусловлен как ограниченным выбором зарубежных туристических направлений, так и популяризацией путешествий «по малой Родине» с целью изучения и проникновения в особенности национальных колоритов своей страны.

Гастрономический туризм одновременно может включать в себя вышеперечисленные составляющие, привлекательные для потенциальных потребителей. Акцент на национальной кухне и уникальные достопримечательности становятся ключом к возрождению белорусского туризма. Однако данная сфера является менее популярной в связи с

недостаточным количеством существующих гастрономических туров и нехваткой эффективных инструментов для их продвижения. Учитывая конкурентный характер туристической деятельности на рынке спроса и предложения, значение фактора продвижения туристического продукта значительно возрастает. В связи с этим нами видится перспективным изучение данного направления.

Так, в последнее время на отечественном туристическом рынке Беларуси активно формируются и развиваются гастрономические туры, включающие в себя комплекс мероприятий, направленных на знакомство с историей и культурой страны через особенности ее национальной кухни. Тем самым использование гастрономии способствует возрождению традиционного туризма, привлекая путешественников с целью знакомства с национальными ценностями и традициями региона.

Гастрономия является значимым ресурсом страны, источником формирования ее идентичности. Знакомясь с историческими и культурными достопримечательностями города, у туристов одновременно есть потребность и в усвоении особенностей национальной кухни. В настоящее время в туристической индустрии выделяются несколько видов гастрономических путешествий:

1. *Загородные туры* – наибольший интерес вызывают у городских жителей, представляют собой сбор и употребление ягод, грибов, овощей и фруктов в экологически чистых регионах и на сельскохозяйственных участках.

2. *Городские туры* – включают не только посещение ресторанов, кафе и других предприятий общественного питания, но и посещение заводов по производству продукции и дегустацию готовых блюд.

3. *Гастрономический винный туризм* – отдельное направление, где туристы дегустируют популярный напиток на заводах по производству вина у частных виноделов.

4. *Пивные туры* – аналог винного в гастрономическом туризме, когда можно продегустировать разные сорта пива и выбрать то, которое туристу понравится больше всего.

5. *Сырные туры* – путешествия для любителей сыра с посещением предприятий, на которых производят сыры. В таких турах у туристов есть возможность попробовать разные виды сыров, кроме того можно узнать, в какое блюдо добавить тот или иной вид продукта, с каким вином оно сочетается.

6. *Образовательные туры* – посвящены обучению кулинарному искусству и мастер-классам по изготовлению тех или иных блюд. На таких турах повара повышают свою квалификацию и пробуют новые способы приготовления блюд.

7. *Событийные туры* – подразумевают участие в кулинарных мероприятиях, входящих в проект гастрономического туризма. Например: праздник молодого вина во Франции, фестиваль еды и вина в Мельбурне, шоколадный фестиваль в Швейцарии и др. [1, с. 84].

Необходимо отметить, что цель гастрономических туров не ограничивается банальной дегустацией блюд. Гастрономический туризм позволяет создать собственное представление туриста о стране через особенности национальной кухни и кулинарного искусства. Туристы в таких путешествиях могут узнать о народных традициях, технологиях приготовления уникальных национальных блюд, особенностях использования продукции, правил сервировки блюд и т.д.

До времен пандемии за счет огромного количества винных и кулинарных туров, первенство в сфере гастрономического туризма занимала Италия. На данный момент многие фестивали не проводятся из-за пандемии и санитарно-гигиенических мер предосторожности

В развитии отечественной туриндустрии в Беларуси гастрономических туров не так уж много, но они начинают получать своё развитие. Также элементы гастрономии постепенно включаются в современные экскурсионные маршруты. Например, посещение предприятия по производству молочной продукции «Молочный мир» в г. Гродно с дегустацией производимой продукцией: сыры, йогурты, мороженое и т.д.

Таким образом, гастрономический туризм в Беларуси является одним из новых и перспективных направлений в развитии современной туристической индустрии. Данный вид туризма пока только начинает развиваться в стране, и если гастрономических туров в чистом виде пока еще нет, то компоненты гастрономических туров присутствуют в основных турпродуктах, реализуемых в нашей стране.

Для развития гастрономического туризма особым потенциалом является и национальная кухня, которая чаще всего становится главным объектом путешествия. Беларусь имеет богатые кулинарные традиции и предлагает множество туристических маршрутов для реализации гастрономических туров, в частности:

- Сырный фестиваль (г. Минск);
- Международный кулинарный праздник (г. Брест);
- Фестиваль пива (г. Лида) и картофельной колбасы (г. Гродно);
- Вишневый фестиваль с веселыми конкурсами (г. Витебск);
- Праздник огурца и яблок (г. Могилев) [2].

На наш взгляд, перспективами для развития гастрономического туризма является то, что данный вид туризма мало зависит от сезонности, способствует продвижению продуктов и товаров местных

сельхозпроизводителей, знакомит с уникальными традициями национальной кухни, может развиваться в любой стране, в том числе и в Беларуси.

Индустрия туризма оказывает все большее влияние на мировую экономику. С каждым годом не только увеличивается количество путешествующих туристов, но и появляются новые виды туризма и его направления, к которым относится и гастрономический туризм.

СПИСОК ИСТОЧНИКОВ

1. Донских, С.В. Событийный туризм: учеб-метод. пособие / С.В. Донских. Минск: РИПО, 2014. – 112 с.
2. Гастрономические фестивали [Электронный ресурс] – 2021 – Режим доступа: <https://glonasstravel.com/destination/vidy-turizma/sobytijnyj-turizm/gastronomicheskie-festivali/> – Дата доступа: 18.02.2022

В. И. ТИХОМИРОВА, И. Н. МИТУС

Витебск, ВГАВМ

Научный руководитель – Н.Е. Кудрявин, ст. преподаватель

ЭКСТРЕМАЛЬНЫЙ ОТДЫХ КАК НАПРАВЛЕНИЕ СПОРТИВНОГО ТУРИЗМА

Еще одно популярное направление в туризме как во всем мире, так и в Беларуси – это экстремальный туризм. Как известно, власти страны уделяют особое внимание развитию спортивной культуры. На территории Беларуси есть спортивные объекты наивысшего качества, и в стране регулярно проходят различные спортивные мероприятия, в том числе и посвященные экстремальным видам спорта.

Экстремальный туризм один из самых перспективных видов туризма, который привлекает к себе все больше людей. Появляются новые места для активного отдыха, как искусственные, например, горнолыжные курорты, так места созданные природой, о которых люди раньше и не знали, например пещеры. А то, что этот вид туризма активно развивается видно хотя бы из того, что появляются все новые его виды.

Поэтому перед нами стояла цель: изучить экстремальный туризм и рассмотреть внедрение новых видов экстремального отдыха в Беларуси.

Климатические условия Беларуси позволяют заниматься экстремальными видами туризма.

Конный поход обеспечивает работу практически всех групп мышц, формируется красивая осанка, совершенствуются координация движений, реакция и происходит активация обмена веществ. Известными являются

клуб «Золотая шпора», конные прогулки «Лунная долина», конный клуб «Мустанг» и многие другие.

Для велотуризма есть 3 специальных маршрута: Минск – Молодечно – Вилейка – Вилейское водохранилище; Сморгонь – Жодишки – Солы – Гервяты – Дубок – Жупраны; Ивацевичи – Косово – Ружаны – Ворониловичи. Как известно, езда на велосипеде укрепляет сердечно-сосудистую систему и иммунитет.

Разнообразие водных источников в Беларуси позволяет заняться сплавом на байдарках, способствующие увеличению силы, гибкости и аэробной нагрузки. Наиболее живописными считается маршруты по рекам Исlochь, Нарочанка и Страча.

Для всплеска адреналина, придания силы верхней части рук при управлении парашютом предлагается парашютный спорт. Аэроклубы ДОСААФ есть почти во всех городах.

Роупджампинг – прыжки с веревкой, которые способствуют приливу в кровь адреналина, помогают испытать новые ощущения. Ropejumping team Crank предлагает в Минске такую услугу.

С помощью скалолазания можно одновременно тренировать мышцы, сердечно-сосудистую систему, работать над развитием баланса, гибкости, а также улучшить координацию движений. В Беларуси активно развиваются скалодромы в областных городах.

Дайвинг с дельфинами помогает отдыхающим познакомиться с жизнью обладающих интеллектом морских животных в естественной для них среде и улучшить собственное эмоциональное настроение в минском дельфинарий «Немо».

В Беларуси экстремальный туризм имеет право на существование. Анализируя возможности внедрения в нашу страну других видов экстремального отдыха, мы бы могли предложить развивать у нас следующие варианты:

1. Велокросс – одна из самых сложных велогоночных дисциплин. Спортсмены должны преодолеть маршрут на открытой местности с множеством различных препятствий.

2. Родео – зрелищный, но опасный вид на разъяренном быке.

3. Групповая акробатика – данная дисциплина преследует цель построения максимального количества разных фигур командой из нескольких парашютистов.

4. Кайтинг – движение на доске по воде за счет использования силы тяги воздушного змея (кайта).

5. Катание на водных лыжах – один из наиболее известных видов экстремального отдыха. Спортсмен движется по поверхности воды за буксировщиком – катером, держась за трос.

6. Джайлоо – выживание в первобытных условиях. Турист ведет самый настоящий кочевой образ жизни: спит под открытым небом, готовит на костре, совершает длительные походы верхом на лошади и т.п.

7. Легкоходство – пешее преодоление маршрутов разной протяженности по различному рельефу с использованием только легкого инвентаря. В данном виде туризма важно, чтобы отказ от снаряжения не повышал возможные риски.

8. Виндерсерфинг – скольжение по поверхности воды на доске, оснащенной парусом.

Экстремальный туризм – явление немассовое, но достаточно специфичное. Выделяя экстремальный туризм как отдельный вид, можно выделить следующие присущие ему признаки: индивидуальный характер, высокая степень профессионализма и «жертвоприношение».

СПИСОК ИСТОЧНИКОВ

1. Алексеев, А. Спортивный туризм в СССР и России / А. Алексеев. – М.: Полиграфист, 2015. – 468 с.

2. Черныш, И.В., Особенности экстремальных путешествий на территории России и стран СНГ / И.В. Черныш, А.А. Десятов – СПб.: Реноме, 2013. – 372 с.

РАЗДЕЛ 6. ИНФОРМАЦИОННЫЕ ТЕХНОЛОГИИ И ОБРАЗОВАНИЕ В ТУРИЗМЕ

К.В. АНДРЕНКО

Брест, БрГУ имени А.С. Пушкина

Научный руководитель – Т.С. Силюк, канд. экон. наук, доцент

ТЕХНОЛОГИИ ДОПОЛНЕННОЙ РЕАЛЬНОСТИ В ТУРИЗМЕ

Современный туризм невозможно представить без использования информационных технологий. Они присутствуют на всех стадиях путешествия, начиная с рекламы туристических мест и достопримечательностей и заканчивая использованием социальных сетей, где путешественники выкладывают фотографии. Путешествовать становится интереснее, когда место является не просто общепризнанной достопримечательностью, а знаковым объектом с историей. Людям хочется побывать в этих самых местах, прочувствовать антураж места, желательно с историческими персонажами соответствующей эпохи. С помощью технологии дополненной реальности это становится возможным.

Путешествие во времени – точнее его демоверсия – доступна уже сейчас. Используя специальную программу, путешественник способен посмотреть, как выглядели улицы, здания города десятки и даже сотни лет назад. Турист может окунуться в атмосферу предыдущих эпох, ощутить себя участником знаковых событий.

Ярким примером технологии дополненной реальности является Timetraveler The Berlin Wall App. С ее помощью владельцы смартфонов и планшетов могут просматривать исторические материалы о Берлинской стене в тех местах, где она стояла. Контент включает исторические киноматериалы, реконструкции разрушенных объектов и рассказы о том, какое влияние стена оказала на Германию во время холодной войны. После наведения на нужные места с помощью GPS приложение переключается в режим оптического слежения, где распознает объекты и отображает события, произошедшие более 50-ти лет назад. Можно увидеть побег Фриды Шульце из окна ее квартиры, разрушение церкви Согласия, побег пограничника Конрада Шумана через барьер из колючей проволоки между Восточным и Западным Берлином [1].

Приложение Augmented Reality Cinema позволяет туристам, изучающим город, сделать снимок окрестностей и посмотреть ролик из фильма, снятого в этом месте. Приложение сочетает физический мир и цифровую информацию, развивая взаимодействие между туристом и

городом, делая такое взаимодействие глубже и эмоциональнее, пополняет список фильмов к просмотру.

Помимо антуража, придаваемого месту, технология дополненной реальности способна помочь туристу сориентироваться в определенном месте. Например, приложение Metro Paris Subway app – приложение, которое поможет найти нужную линию метро в Париже [2]. Карты Google помогают пассажирам ориентироваться в аэропортах и на вокзалах с помощью функции дополненной реальности Live View. Live View поможет пассажирам найти выход на посадку и/или платформу, ближайший лифт и эскалаторы, банкоматы и другие места с помощью стрелок и указаний [3].

Музеи используют услуги дополненной реальности для повышения интереса к экспонатам и привлечения большего количества посетителей. К примеру, приложение «Брестская крепость AR» – интерактивный гид в музее военной истории [4]. С помощью данной технологии посетитель может погрузиться в историю Брестской крепости, стать участником событий, почувствовать себя окруженным героями крепости. Отсканировав изображения башен, можно получить информацию об экспонатах выставки, увидеть их своими глазами, что создает уникальную атмосферу погружения.

Таким образом, технология дополненной реальности является удобной и доступной. Почти каждый человек, владеющий смартфоном или планшетом, сможет применить ее и использовать во время путешествий. Технологии дополненной реальности активно внедряются в различные сферы туризма, где выполняют ряд специфических функций: придают соответствующую событию атмосферу, воздействуют на чувства путешественника, помогают ориентироваться в пространстве, дополняют окружающий физический мир и показывают информацию о нем в режиме реального времени. На этом их функционал не ограничивается и, учитывая стремительное развитие данной технологии, ее использование в сфере туризма будет только расширяться.

СПИСОК ИСТОЧНИКОВ

1. Timetraveler App Allows You To See The Berlin Wall Story In Augmented Reality [Electronic resource]. – Mode of access: <https://techcrunch.com/2014/09/22/timetraveler-app-allows-you-to-see-the-berlin-wall-story-in-augmented-reality/>. – Date of access: 08.02.2022.

2. Paris Metro Map [Electronic resource]. – Mode of access: <https://www.mapway.com/apps/paris-metro-map/>. – Date of access: 05.02.2022.

3. Google maps adds augmented reality for airports and stations [Electronic resource]. – Mode of access: <https://www.phocuswire.com/google-maps-augmented-reality>. – Date of access: 07.02.2022.

4. Летопись Брестской крепости: ожившие страницы героизма [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://in-brest.by/muzej-letopis-brejskoj-kreposti/>. – Дата доступа: 09.02.2022.

И. Б. БЕНЕДИСЮК,

Брест, БрГУ имени А.С. Пушкина

Научный руководитель – Т.С. Силюк, канд экон. наук, доцент

ВОЛОНТЕРСКИЙ ТУРИЗМ В ТЕОРИИ ПОСТ-РАЗВИТИЯ

Волонтерский туризм – вид туризма, где люди по разным причинам становятся волонтерами в организованной форме, чтобы провести отпуск, оказывая помощь или облегчение материальной бедности некоторых групп общества, занимаясь восстановлением окружающей среды или исследованием социальных аспектов общества.

Существует неправительственная организация волонтерских объединений и движения за мир – Международная гражданская служба (англ. Service Civil International) (далее – ICS), которая имеет 43 отделения по всему миру. Работа ICS основывается на следующих принципах: волонтерство, ненасилие, права человека, солидарность, уважение к окружающей среде и экосистеме, инклюзивность, расширение прав и возможностей, сотрудничество. ICS полагает, что все люди способны жить в согласии и во взаимном уважении и не прибегать к любой форме насилия для разрешения конфликтов. ICS организует международные волонтерские проекты по всему миру с целью содействия сотрудничеству людей с разным происхождением и культурой для построения мира.

Теория пост-развития утверждает, что концепция и практика развития является отражением гегемонии Глобального Запада и Севера над остальным миром. Поскольку реальные проекты развития инициируются правительствами и неправительственными организациями, которые руководствуются данной теорией, то само развитие отражает модель западной гегемонии.

Программы, организуемые ICS, обычно занимают положительное место в общественном сознании, подчеркивая, насколько похвально для молодых людей тратить свое время и энергию на что-то стоящее. Многие программы волонтерского туризма не способствуют критическому осмыслению бедности и глобального неравенства и могут способствовать представлениям о пост-развитии, основанным на западной идеологии превосходства, когда развитие изображается как добросовестное вмешательство Запада для спасения бедных [1, с. 96]. Литература волонтерского туризма изображает западных волонтеров, как тех, кто

одаривает местные сообщества материальными и образовательными дарами, причем сами такие сообщества редко изображаются в доминирующей или нейтральной позиции по отношению к волонтерам [1, с. 97]. Процесс отстранения (между богатыми и бедными) может быть скорее усилен, чем разрушен в процессе волонтерского туризма, а восприятие волонтерами принимающих сообществ как бедных, но счастливых может быть использовано для оправдания и даже обоснования материального неравенства – при этом бедность изображается как борьба, которую местные жители принимают как само собой разумеющееся. Очевидно, что для того, чтобы предложить достойный опыт, программа ICS должна избегать вредных тенденций, предлагая для осмысления теорию решения проблем и критическую теорию.

Теория решения проблем принимает мир таким, каким он есть, с преобладающими социальными и властными отношениями и институтами. Общая цель теории решения проблем заключается в том, чтобы заставить эти отношения и институты работать гладко, эффективно справляясь с конкретными источниками проблем [2, с. 128]. Они пытаются решить проблему бедности и развить беднейшие регионы, используя ресурсы и мощь Севера для помощи Югу, при этом помощь понимается как содействие в доступе к либерально-демократическим институтам и свободному рынку для бедных государств.

Критическая теория развития не принимает институты, социальные и властные отношения как данность, а ставит их под вопрос, интересуясь их происхождением и тем, могут ли они меняться [2, с. 129]. Поэтому критические теоретики в области волонтерского туризма ставят под вопрос исторический дисбаланс власти между Севером и Югом и выясняют, как возникли глобальные модели бедности и неравенства, как они работают сейчас и как меняются со временем, чтобы понять, как бороться с бедностью. С точки зрения критической теории, ответ на вопрос, могут ли теории пост-развития, основанные на решении проблем, справиться с глобальной бедностью и неравенством, прост – нет. Она считает, что западное намерение помочь в развитии, является как гуманитарным, так и колониалистским, оставляя нетронутым доминирующее положение Севера.

Страны Севера сохраняют бедность и глобальное неравенство. Наиболее очевидным свидетельством этого является применение неолиберальной экономической политики для стран Юга, которая привела к их резкому отставанию [3, с. 10].

Теория социальных движений предлагает решение этой проблемы. Социальные движения – организованные усилия людей по изменению или сопротивлению изменениям некоторых основных аспектов общества [1, с. 92]. В последние годы наука о социальных движениях и на Глобальном

Севере, и на Юге растет экспоненциально. Попытка проанализировать волонтерский туризм в свете теории социальных движений предполагает, что необходимо потенциал тех, кто живет на Глобальном Севере, использовать в деятельности по развитию социальных движений. Подобно социальным движениям организации волонтерского туризма могут предоставить ущемленным людям возможность обрести власть и действовать как инициаторы изменений [1, с. 92].

То, в какой степени программа ICS предлагает реализовать опыт социальных движений, может быть проанализировано в связи с тремя ее основными целями: воздействие на развитие в развивающихся странах; личное и социальное развитие национальных и международных волонтеров; формирование активных граждан мира. Первая из этих целей обеспечивается тем, что программа ICS по обучению волонтеров включает вопросы развития, бедности и ограниченной роли, которую могут играть волонтеры. Вторая и третья цели программы ICS в большей степени соответствуют теории социального движения. Большинство волонтеров демонстрируют веру в то, что человек способен что-то делать и создавать изменения просто присоединившись к волонтерской программе. Знакомство с социальным неравенством, экологическими и политическими проблемами во время волонтерской деятельности может привести к повышению осознания глобальной несправедливости и неравенства, отражая более критическое отношение к этим вопросам и способствуя принятию более полезных моделей поведения в повседневной жизни международных волонтеров после возвращения домой [1, с. 101].

Таким образом, в совокупности, описанные выше теории могут создать основу для активизации волонтерского туризма, социальных движений, действующих через неравные права и возможности. Именно в этих движениях, которые подвергают сомнению, критикуют, оспаривают и ищут альтернативы структурам, позволяющим продолжать воспроизводство глобальной бедности и неравенства, кроется потенциал для позитивных и продолжительных изменений.

СПИСОК ИСТОЧНИКОВ

1. McGehee N. Oppression, emancipation, and volunteer tourism: Research Propositions / N. McGehee // *Annals of Tourism Research*. Сер. 39. – 2012. – № 1. – С. 84–107.
2. Robert W. Cox. *Social Forces, States and World Orders – Beyond International Relations Theory* / W. Cox Robert. – Millennium Publishing House, 1981. – С. 128–129 с.

3. Ferguson J. The Anti-Politics Machine: "Development," Depoliticization, and Bureaucratic Power in Lesotho / J. Ferguson. – Univ Of Minnesota Press, 1994. – 336 с.

В.О. БОРИСЮК

Брест, БрГУ имени А.С. Пушкина

Научный руководитель – Т.С. Силюк, канд. экон. наук, доцент

РОЛЬ ЭЛЕКТРОННЫХ СМИ В ИНДУСТРИИ ТУРИЗМА

Для индустрии туризма эпоха брошюр и рекламных щитов закончилась. В последние годы возросла роль электронных средств массовой информации в процессе принятия решений о покупке потенциальными клиентами туров. Возникает вопрос: существует ли связь между тем, что сообщается в электронных средствах массовой информации, и стимулированием туристов? Туристические операторы на собственном опыте убедились, что сообщения, которые средства массовой информации предоставляют в интернете, оказывают значительное влияние на количество посетителей конкретного места назначения.

Электронные СМИ – это электронный ресурс, созданный с целью выполнения функций средства массовой информации, и пользующийся авторитетом среди определенной аудитории. Многие ученые к электронным СМИ причисляют не только сайты, но и телевидение и радиовещание. Самыми популярными электронными СМИ сегодня являются:

1) официальные сайты туристических компаний (например, туристических операторов ТезТур, АнексТур, Итака), на которых представлено описание предоставляемых услуг, обеспечивается возможность отправить заявку на приобретение туристического пакета или отдельных туристических услуг, оставить отзыв об отдыхе, получить консультацию сотрудника фирмы;

2) сайты для туристов – универсальные туристические ресурсы, на котором нужную информацию могут найти туристы и гиды (например, Страна.ру, Tour Union). С помощью таких сайтов можно заказать услуги гидов в разных странах мира, почитав отзывы об их работе, можно прочесть статьи и посмотреть видео о разных странах. Специальный раздел посвящен отзывам об отелях. В справочном разделе сайта доступна информация о разных странах и городах мира. Зарегистрированные пользователи могут искать попутчиков для своих путешествий;

3) социальные сети сегодня позволяют людям делиться яркими воспоминаниями о своих путешествиях с широкой аудиторией. Это более

эффективный способ привлечения новых путешественников, чем простая реклама [1]. Кроме того, влияние социальных сетей на туризм проявляется в том, что люди изучают информацию перед поездкой на страничках тех, кто уже там поделился своим опытом путешествий.

Собственные страницы в социальных сетях сегодня имеют туроператоры и турагенты. Развитие социальных сетей привело к развитию двусторонней коммуникации между агентствами и клиентами. Обращение к социальным сетям жизненно важно для туристической фирмы. Теперь компании могут обращаться к своим клиентам напрямую через социальные сети. Когда люди недовольны туристической услугой, они могут призвать компании к ответу за это [2];

4) телевидение, видеофильмы и видеоролики выступают способами популяризации туризма. Индустрия туризма и гостеприимства получила широкое развитие во многих частях мира именно благодаря видеоизображениям туристических объектов, исторических мест, экзотических или неизвестных туристических направлений. Доктор Ульрике Гретцель из Техасского университета A&M отмечает, что получение видеоинформации о путешествиях является одним из наиболее распространенных действий среди пользователей Интернета [3];

5) сайты с отзывами туристов привели к развитию двусторонней коммуникации между людьми. Ключом к успеху в туристическом бизнесе являются положительные отзывы туристов и их удовлетворенность путешествием, местом размещения, уровнем сервиса [4].

Таким образом, в настоящее время популярными электронными СМИ являются официальные сайты туристических компаний, специализированные сайты для туристов и гидов, социальные сети, сайты с отзывами туристов, телевидение, видеоконтент. Использование электронных СМИ в индустрии туризма повышает эффективности деятельности субъектов туристического бизнеса, повышает осведомленность туристов, содействует процессу передачи туристского продукта от производителя к потребителю, облегчает путешественникам процесс выбора и покупки туристических услуг; делает процесс путешествия более комфортным.

СПИСОК ИСТОЧНИКОВ

1. International Public Relations Association: The Global Social Media Challenge [Электронный ресурс] – Режим доступа: smallbusiness.com. – Дата доступа: 08.02.2022.

2. Chief Marketer: Going Global With Your Social Media Strategy [Электронный ресурс] – Режим доступа: smallbusiness.com. – Дата доступа: 08.02.2022.

3. Gizem, Tas, The Role of Social Media in Tourism Marketing. / T. Gizem. – USA, 2018 – 87 с.

4. Чудновский, А.Д. Информационные технологии управления в туризме: Учебное пособие / А.Д. Чудновский. – М. : Пресс-А, 2007. – 342 с.

Е.В. ВАСИЛЮК

Брест, БрГУ имени А.С. Пушкина

Научный руководитель – А.А. Сидорович, канд. геогр. наук., доцент

ИНФОРМАТИВНОСТЬ ТУРИСТИЧЕСКИХ ВЕБ-РЕСУРСОВ БРЕСТСКОЙ ОБЛАСТИ

Туризм и туристическая деятельность – сложные социальные процессы и многогранные виды жизнедеятельности человека. Результат деятельности в туризме сводится к туристическому продукту [1].

Под туристическим продуктом понимается упорядоченный и взаимосвязанный комплекс туристических услуг, работ и товаров, способствующих потреблению туристических услуг и базирующихся на туристических ресурсах [2].

Под региональным турпродуктом следует понимать долю создаваемого и реализуемого валового регионального продукта, производство которой в пространстве региона генерируется под воздействием туристического спроса со стороны всего турпотока.

Основной смысл регионального турпродукта – охарактеризовать результативность функционирования экономики туризма регионов в целом, как по отношению к степени удовлетворения потребностей туристов в регионах, так и к эффективности использования имеющихся в них туристических ресурсов, задействованных в создании всей совокупности востребованных туристами товаров и услуг региона [3].

Региональный турпродукт необходимо продвигать. Одним из важнейших направлений по продвижению и популяризации региональных туристических продуктов выступает максимально полное, красочное и актуализированное представление информации о региональных туристических ресурсах и туристической инфраструктуре на официальных веб-ресурсах местных и исполнительных органов власти.

На сегодняшний день веб-сайты относятся к ключевым источникам информации о туристических ресурсах, туристических дестинациях и субъектах туристической индустрии. Их можно назвать «визитными карточками», потому что они могут произвести положительное впечатление на потенциальных туристов.

Веб-сайты являются инструментом общения с аудиторией, поэтому важна их интерактивность. Одной из важнейших характеристик веб-ресурса является его информативность, под которой следует понимать качество, характеризующее долю полезной информации в общем объеме сообщения [3].

Нами было проведено исследование по определению уровня информационного сопровождения региональных турпродуктов местными органами власти Брестской области. На основе разработанной методики проведена оценка веб-сайтов 16 районов и 3 городов областного подчинения Брестской области.

Методика базируется на балльной оценке ключевых параметров представления туристической информации на официальных сайтах местных исполнительных и распорядительных органов власти (рай- и горисполкомов). Для этого были разработаны критерии оценки туристической информативности веб-ресурсов с установлением шкалы оценивания. Максимальное количество баллов исходя из разработанной шкалы составляет 17 баллов.

- **Объем предоставленных сведений.** Критерий определяет количественную характеристику информации в части охвата компонентов туристических ресурсов, направлений туризма и субъектов туристической индустрии.

Достаточное количество информации – 3 балла, приемлемый объем информации – 2 балла, малый объем информации – 1 балл, отсутствие информации – 0 баллов.

- **Детальность данных.** Данный критерий характеризует, насколько подробно и детально представлена информация на сайте.

Информация предоставлена в деталях – 3 балла; детальность присутствует, однако, не во всех разделах – 2 балла; детальность наблюдается в единичных случаях – 1 балл, информация предоставлена без каких-либо деталей – 0 баллов.

- **Использование фото- и видеоряда.** Фотоизображения и видеоролики всегда привлекали внимание, нежели просто текст, особенно, если это касается каких-либо туристических объектов. Данный критерий является одним из самых важных для оценки сайта, который способен привлечь большую аудиторию.

Обилие фотографий и видеороликов – 3 балла, фото и видео присутствуют – 2 балла, недостаточное количество фото- и видеоряда – 1 балл, фото и видео полностью отсутствуют – 0 баллов.

- **Удобство восприятия информации.** Информация должна быть структурирована и проста в восприятии. Необходимо, чтобы пользование сайтом не доставляло трудностей, все должно быть четко и понятно.

Информация на сайте структурирована, найти нужный материал очень легко – 3 балла, пользоваться сайтом, воспринимать информацию сложно – 1 балл.

- Наличие данных, необходимых различным категориям пользователей. Данный критерий характеризует направленность информации на различные категории пользователей сети интернет.

Информация направлена на различные категории пользователей – 2 балла, информация не имеет направленности на разные категории пользователей.

- Актуальность информации. Этот критерий показывает, актуальна ли информация на данный момент. В современном мире в любой сфере часто происходят различные изменения. Например, изменение графика работы, смена контактных номеров, изменение внешнего вида какого-либо объекта. Поэтому важно постоянное обновление информации, чтобы не ввести посетителей сайта в заблуждение.

Информация актуальна на данный момент – 3 балла, обнаружена информация, которая сейчас не актуальна – 2 балла, вся информация не актуальна – 1 балл.

Проведенный анализ информативности сайтов местных органов власти Брестской области позволил установить достаточно большую дифференциацию в насыщенности и актуальности данных веб-ресурсов как инструментов продвижения регионального турпродукта. В этом отношении наиболее информативными выступают сайты Березовского, Пинского и Пружанского райисполкомов, которые в общей сумме получили 17 баллов.

Веб-сайты названных райисполкомов достаточно полно и подробно раскрывают информацию о туристическом потенциале регионов. В большом объёме использован фото- и видео ряд. Информация актуальна, структурирована и направлена на различные категории пользователей.

Наименее ориентированным на туристов оказался сайт Дрогичинского райисполкома (6 баллов). Информация для потенциальных туристов практически отсутствует. Можно найти лишь перечень экскурсионных маршрутов.

Также следует отметить наличие общих недостатков в структурировании туристической информации на соответствующих веб-ресурсах. В первую очередь это касается единой систематизации информации и представление ее на основе единых подходов.

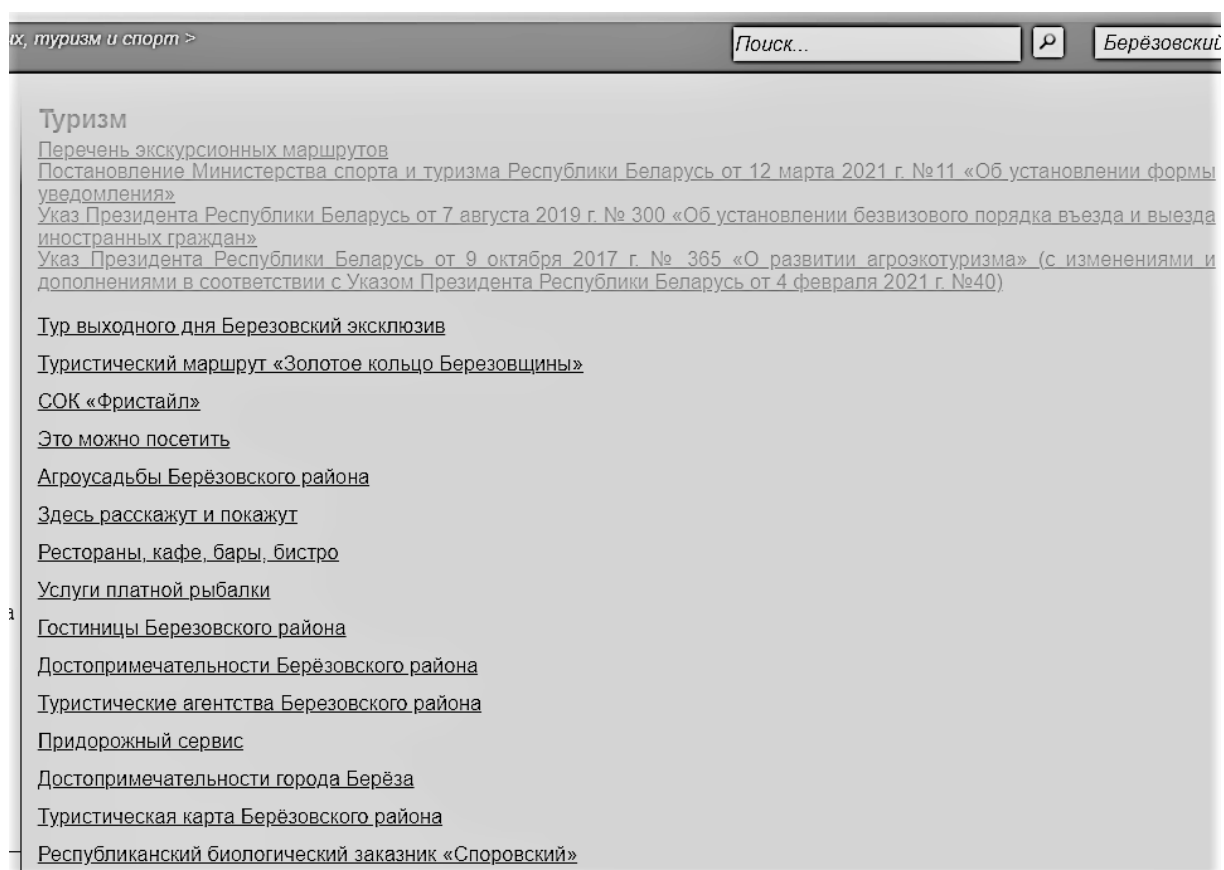


Рисунок 1 – Информация, предоставленная на сайте Берёзовского райисполкома

Таким образом, информативность туристических веб-ресурсов Брестской области различна для каждого сайта райисполкома и имеет свои особенности. Предоставление актуальной информации, её четкое структурирование, изложение в красочной и доступной форме является одним из важнейших направлений по продвижению и популяризации региональных туристических продуктов на официальных веб-ресурсах местных и исполнительных органов власти.

СПИСОК ИСТОЧНИКОВ

1. Биржаков, М. Б. Введение в туризм: учебное пособие / М. Б. Биржаков. – СПб.: Издательский дом «Герда», 2000. – 192 с.
2. Голова, О. Б. Менеджмент туризма: практический курс: учеб.-метод. Пособие / О. Б Голова. – М.: Финансы и статистика, 2007. – 224 с.
3. Зорин, И. В. Менеджмент туризма. Туризм как вид деятельности / И. В. Зорин, В. А. Квартальнов. – М.: Финансы и статистика, 2005. – 288 с.
4. Брестский областной исполнительный комитет [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://brest-region.gov.by/index.php/glavnaya> . Дата доступа 26.02.2022.

5. Берёзовский районный исполнительный комитет [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://bereza.brest-region.gov.by/>. Дата доступа 26.02.2022.

В.В. КИРИЧУК

Брест, БрГУ имени А.С. Пушкина

Научный руководитель – Н.П. Галимова, канд. философ. наук, доцент

ИНФОРМАЦИОННЫЕ ТЕХНОЛОГИИ И ОБРАЗОВАНИЕ В ТУРИЗМЕ

Туризм – это путешествия в другую страну или местность, которая не является нашим местом жительства, с любой целью, кроме трудоустройства. Человек, который совершает подобные путешествия чаще всего называют «туристом», «путешественником» и иногда «посетителем».

Сегодня туризм является основной высокодоходной и одной из самых крупных и динамичных отраслей мировой экономики, в том числе белорусской. Растущее развитие этой отрасли влияет на некоторые сектора экономики, такие как торговля, производство товаров, транспорт и связь, а также выступает двигателем социально-экономического развития.

По основной классификации принято разделять туризм на два больших раздела: международный и внутренний туризм. Международный туризм – туризм лиц, постоянно проживающих на территории одного государства, в другую страну, а также, туризм лиц в пределах одного государства, не проживающих постоянно на территории государства. Внутренний туризм – туризм в пределах территории одного государства лиц, проживающих в этом государстве.

С течением времени и развитием информационных технологий, туризм, как международный, так и внутренний, сформировался в единую перспективную сферу применения информационных технологий. Это связано в первую очередь с тем, что информационные технологии позволяют эффективно и системно использовать множество современных ресурсов общества, такие как: изобретения, научные работы и знания, технологии, опыт, упрощение процессов. Эта функция позволила осуществить полезную экономию различных видов ресурсов: людских ресурсов, энергии, сырья и полезных ископаемых, оборудование, материалы и время.

Сегодня основная система информационных технологий в туризме состоит из компьютерных систем управления, резервирования и распространения информации, аудио и видеосистем, систем обработки

денежных средств, аренды помещений, сервисы услуг и рекламы, навигации, системы телефонной связи и безопасности. Основная система формируется с помощью разработчиков, а корректируется туристическими агентствами, гостиницами и отелями, авиакомпаниями и др. Простым примером может послужить отель или гостиница, во внутреннем устройстве которой принимает участие система дистанционного гостиничного резервирования, которую используют как туристические агентства, так и туристы. Система информирования движения общественного, междугороднего и международного транспорта позволила организовать комфортный маршрут к пункту назначения. Системы навигации и безопасности позволили туристам прокладывать безопасные маршруты в условиях неизвестной местности, а также в условиях пандемии. Приводя данные примеры, мы приходим к выводу, что под информационными технологиями в туризме понимают систему взаимосвязанных коммуникационных и компьютерных технологий, а не широкое распространение телефонов, компьютеров и различных информационно-технологичных устройств.

По данным статистики за 2021 г. [1], отели, гостиницы, турагентства и авиакомпании быстрыми темпами использовали все доступные и современные возможности интернета, как инструмента для предоставления и получения информации. Владельцы заведений размещали на просторах интернета специальные предложения с доступной ценой, которые действовали в случае online-бронирования, кроме этого, у потребителя появилась возможность гибкого планирования своего путешествия. Данные предложения работали как конструктор: вы сами выбираете маршрут, время пребывания и пункты, которые входят в туристический ответ, что позволяло сделать цену тура динамичной. Благодаря этому современный тур стал более индивидуальным и привлекательным для потребителя.

Туризм и образование хорошо взаимодействуют. Обе сферы человеческой деятельности в конечном счёте направлены на гармоническое развитие и воспитание личности. Примером этого являются специально организованные путешествия и экскурсии, которые связаны с познавательной и образовательной сферой жизнедеятельности. На сегодняшний день, часто упоминается образовательный туризм, который является одной из развивающихся сфер туризма. Так как отсутствует официальное общепринятое определение образовательного туризма, его все чаще рассматривают как конкретную деятельность человека – получение образования вне места постоянного местожительства, изучение иностранных языков с помощью носителей или по специальным зарубежным учебным программам. В настоящий момент наблюдается

объединение досуговой формы туристической деятельности с классическим, в следствии чего сложнее определить более точное понятие образовательного туризма.

В заключении, отметим, что сфера туризма не ограничена в использовании всех возможных информационных технологий, начиная от специальных программ и систем управления туристической деятельностью, до применения масштабных глобальных компьютерных сетей. На данный момент в туризме функционирует большое количество современных компьютерных технологий с разной степенью активной работы и распространения.

Образование в туризме позволило лучше удовлетворить потребности почти всех возрастных и социальных групп населения в системе туристического образования, все это позволяет воспитывать и развивать творческие потенциал человека.

СПИСОК ИСТОЧНИКОВ

1. Oxford English for Careers: Tourism 1 Robin Walker 2009 [Электронный ресурс] – Режим доступа: <http://englishonlineclub.com/pdf/Oxford%20English%20for%20Careers%20-%20Tourism%203%20-%20Students%20Book%20> [EnglishOnlineClub.com].pdf. – Дата доступа: 12.02.2022.

Д. Д. КОБЯТКО

Брест, БрГУ имени А. С. Пушкина

Научный руководитель – Т.С. Силюк, канд. экон. наук, доцент

ЛИНГВИСТИЧЕСКИЙ ШОК ЧЕРЕЗ ПРИЗМУ ТУРИЗМА

В современном мире туризм играет важную роль в жизни людей, поскольку оказывает влияние на формирование личности; расширение кругозора человека; повышает его интеллект, позволяет совмещать отдых с познанием окружающего мира, культуры и традиций другой страны.

Путешествуя, люди стремятся совместить приятное с полезным, поэтому туризм неразрывно связан с изучением иностранных языков. Путешествия открывают новые возможности для изучения и практики языка, использования различных форм общения, главным условием эффективности которых является взаимопонимание, диалог культур, терпимость и уважение к культуре партнеров по коммуникации.

Пребывая в другой стране, при смене привычных условий жизни, человек может столкнуться не только с оцениваем чужого мира через призму своей культуры, но и найти ряд тонкостей и даже смущений в

изучаемом языке в сравнении со своим родным языком, что определяет лингвистический шок.

Термин «linguistic shock» (language shock) впервые появился в работе Е. Штенгеля «On learning a new language». Лингвистический шок – состояние удивления, смеха или смущения, возникающее у человека, когда он слышит в иноязычной речи языковые элементы, звучащие на его родном языке странно, смешно или неприлично [1]. Явление лингвистического шока в большей степени свойственно устной речи, нежели письменной. Это характерно для французского, испанского, английского, вьетнамского, китайского языков и языка хинди. Благозвучие отдельных слов не связано с их семантикой, а наоборот, они могут быть неприличными для людей, знающих русский язык.

Идею лингвистических «контрастов» можно выделить в именах собственных (названия городов, рек, деревень и др.) Имена собственные являются носителем культурно-исторической информации, географического содержания и крайне важны при изучении языка и культуры страны изучаемого языка. При их переводе зачастую используют способ транскрипции. Например, город Науи (Nahui) в Мексике, город Уи или Юи (Huy) в Бельгии, село Большая Пысса в Коми, Канадский город Dildo. Принцип благозвучия применяется и для передачи слога Her- в немецких и английских именах: Herbert – Герберт, Hermann – Герман [2].

Часто неловкими в произношении могут быть и наиболее употребляемые в речи слова: произношение английских слов three, through, throughout; в немецком – nachher (позже), nacherzhlen (пересказать), eben (гладкий, ровный); испанский язык – ciruela (слива), curva (кривая, изгиб), huevo (яйцо), hojuela (слойка, блинчик), huesos (кости).

Смеховой эффект возникает, когда нейтральное по значению слово одного языка омонимично слову родного языка, обладающему другим значением. Например, турецкие слова bayan – женщина; tabak – тарелка. Этот звуковой эффект может быть описан как «ложные друзья переводчика», под которыми понимают пару слов в двух языках, похожих по написанию или произношению, часто с общим происхождением, но отличающихся значением [3]. Например, в английском: accurate – точный, а не аккуратный; aggressive – энергичный, но не только агрессивный; artist – художник, не только артист.

Недоумение у русского человека может вызвать и ряд польских слов: uroda [урода] – красавица; rukaś [пукать] – не пукать, а стучать; woń [вонь] – запах, аромат. Популярностью пользуются и фразы в английском языке: How are you – «хаваю»; Horrow show – «хорошо»; Pale man – «пельмень».

Русское утвердительное «Факт!» звучит неприлично для носителей английского языка в силу его сходства с грубым выражением «Fuck it!». Чешское предупреждение *pozor, padlo!* (осторожно, весло!) по-русски слышится как оскорбление [4].

Таким образом, туризм играет важную роль в изучении иностранных языков, а также дает возможность окунуться в иной мир и культуру, является способом рассмотрения разновидностей лингвистических явлений, новых форм коммуникации, помогает в преодолении языкового барьера. Путешествуя, туристы должны быть готовы к специфике межкультурного общения, в том числе к лингвистическому шоку, поэтому изучение «игры слов» и их звучания, каламбуров, межъязыковые омонимы заслуживают тщательного исследования.

СПИСОК ИСТОЧНИКОВ

1. Stengel E. On learning a new language // International Journal of psychoanalysis. – 1939. – P. 471–479.
2. Лингвистический шок и ложные друзья переводчика в межкультурной коммуникации [Электронный ресурс]: <https://www.scienceforum.ru/2013/289/4857>. – Дата доступа: 10.02.2022.
3. Алимов, В.В. Теория перевода. Перевод в сфере профессиональной коммуникации / В.В. Алимов. – М. : Ком Книга, 2016. – 158 с.
4. Казакова, Т.А. Практические основы перевода: учебное пособие / Т.А. Казакова. – СПб. : ООО «Книжный Дом», 2017. – 320 с.

А. Д. КОВАЛЬ

Брест, БрГУ имени А. С. Пушкина

Научный руководитель – Т. С. Силюк, канд. экон. наук, доцент

ВИРТУАЛЬНЫЙ ТУРИЗМ: СОСТОЯНИЕ И ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ

На сегодняшний день в туризме используется большое количество информационных технологий (системы резервирования, системы менеджмента, системы мультимедиа, виртуальный туризм и др).

Развитие технологий дополненной (Augmented Reality, AR) и виртуальной реальности (Virtuality Reality, VR) позволяет интегрировать виртуальные элементы в любую сферу, в том числе и в туризм. Виртуальность в туризме – перспективный инструмент для демонстрации курортов, отелей, туристических мест в режиме виртуальной и/или дополненной реальности. Актуальность использования виртуальных технологий заключается в том, что проекты виртуальной (VR) реальности

могут не только создавать концептуально новые рынки, но и расширять уже имеющиеся.

Виртуальный туризм – новое направление в индустрии туризма, основанное на использовании технологий виртуальной реальности. Виртуальный тур – это путешествие в информационном пространстве, которое позволяет увидеть тот или иной объект, не находясь рядом с ним.

Основные преимущества виртуального тура:

1) доступность. Практически все виртуальные туры бесплатны и не требуют перемещения в другой город или страну. Такое путешествие можно в любой момент прервать, начать заново, отложить;

2) возможность просмотра достопримечательностей региона для всех категорий граждан, что открывает новые возможности для лиц с ограниченными возможностями, пенсионеров, людей с недостаточным количеством средств для реального посещения объекта;

3) информативность. Виртуальные туры помогут туристу больше узнать об особенностях местности, культуре населения, не требуют знания иностранного языка;

4) безопасность. Виртуальные туры безопасны (за исключением мошенников интернет-пространства), не предполагают чрезвычайных происшествий, которые могут произойти в реальном времени [1, с. 36].

Последние два года – период мировой пандемии – продемонстрировали расширение виртуального туризма, поскольку в первые месяцы пандемии спрос по всем выездным направлениям сократился на 20–25%. Сфера виртуальных путешествий помогает сгладить эту проблему.

В рейтинг ТОП-10 туристских инноваций входят виртуальные музеи – посещение выставок известных музеев через глобальную сеть Интернет. Это действительно существующие музеи с развитыми интерактивными функциями, которые предоставляют возможность без персонального визита перемещаться по залам, смотреть трехмерные изображения, изучать информацию об экспозиции и отдельных экспонатах. Примерами таких музеев являются Лувр, музей Prado, Государственная Третьяковская галерея, Сикстинская капелла и др. [2, с. 25].

С 2020 г. виртуальный туризм стал популярным и в Республике Беларусь. Действует большое количество виртуальных экскурсий по музеям, среди которых Белорусский государственный музей истории Великой Отечественной войны, Мемориальный комплекс «Брестская крепость – герой», Историко-культурный комплекс «Линия Сталина» и др. Кроме этого, существуют туры по Дворцу Республики, культурно-спортивному комплексу «Минск-Арена», Национальной библиотеке Республики Беларусь, замкам и другим историческим местам страны.

Конечно, виртуальное путешествие уступает настоящему путешествию в традиционном понимании и не способно полноценно его заменить. Однако виртуальный тур увеличивает желание посетить интересные места и увидеть все своими глазами, тем самым информируя и мотивируя к реальной экскурсии. Широкое использование данных технологий положительно сказывается на динамике финансово-экономических показателей туристических организаций.

Таким образом, виртуальный туризм пока находится на этапе зарождения, но уверенными темпами движется к дальнейшему распространению в условиях современного информационного общества. Виртуальный туризм имеет ряд достоинств (доступность, безопасность, удобство, экономия, постоянное развитие) и дает возможность потенциальному туристу изучить культурные, исторические, памятные места, выбрать для себя объекты и мероприятия, представляющие наибольший интерес.

СПИСОК ИСТОЧНИКОВ

1. Вишневская, Е.В. Виртуальные туры как новый вид туризма / Е.В. Вишневская, Е.В. Точко // Вестник научных конференций. – 2016. – № 6 (15). – С. 35–37.
2. Егорова, Е.Н. Виртуальный туризм как новое направление деятельности туристских организаций / Е.Н. Егорова // Colloquium-journal. – 2020. – № 9–6 (61). – С. 25–29.