

Министерство образования Республики Беларусь

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

Факультет естествознания
Кафедра городского и регионального развития

«ИНДУСТРИЯ ТУРИЗМА И ТУРИСТИЧЕСКИЕ РЕСУРСЫ»

Материалы
VIII республиканской научно-практической конференции
молодых ученых

(Брест, 18 апреля 2024 г.)

Брест, 2024

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

старший преподаватель кафедры биологических и химических технологий
учреждения образования «Брестский государственный университет имени
А.С. Пушкина», кандидат географических наук
И.В. Окоронко

Редакционная коллегия:

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

Индустрия туризма и туристические ресурсы : сборник материалов
VIII республиканской научно-практической конференции молодых ученых,
Брест, 18 апреля 2024 г. / Брест. гос. ун-т им. А.С. Пушкина; редкол.:
С.А. Заруцкий, А.Д. Панько. – Брест : БрГУ, 2024. – 186 с.

В сборник включены материалы региональной научно-практической конференции молодых ученых «Индустрия туризма и туристические ресурсы», проходившей 18 апреля 2024 г. в г. Бресте. Работы посвящены актуальным вопросам международного туризма, регионального туризма и рекреации, гостиничного и ресторанного бизнеса, санаторно-курортного дела, менеджмента и маркетинга в туризме, организации туристско-оздоровительной деятельности и спортивного туризма.

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

Бухвал К. О. Основные тенденции индустрии развлечений в мировой экономике на современном этапе.....	7
Заирова Х. Б. Стратегические приоритеты в туристской индустрии Республики Казахстан.....	9
Козинец Р. Н. Влияние глобального потепления на туризм.....	12
Козлова Д. А. Развитие внутреннего туризма в Республике Беларусь.....	14
Сапронов Д. П. Проблемы и перспективы развития международного туризма Российской Федерации.....	17
Седляр Д. В. Пути развития инклюзивного туризма в Республике Беларусь.....	20
Судак К. К. Традиционная кухня таиланда	23
Пасько Д. А. Анализ туристической деятельности в Италии	25
Резниченко Д. В. Инновации и тенденции развития туризма в Китае... ..	28

РАЗДЕЛ 2. РЕГИОНАЛЬНЫЙ ТУРИЗМ И РЕКРЕАЦИЯ

Буднік Е. М. Турыстычны патэнцыял кастрычніцкага раёна Гродна.....	31
Иванюкович Д. М. Туристический потенциал города Каменец и пути его совершенствования	35
Игнатчук А. А. Водные объекты города Бреста и их рекреационный потенциал	38
Скемиш А. Ю. Семейные путешествия как перспективное направление развития туризма в Минской области	40
Сорочинская В. В. Место и роль экопарков в развитии туризма Республики Беларусь (на примере экопарка «Акварель»)	43
Степаненко Д. В. Факторы формирования туристского образа Новогрудского района	46
Токарчук А. А. Туристско-рекреационные ресурсы Постаковского района.	50
Угляница В. А. Историко-культурные ценности Брестской области.....	52
Федоркевич А. А. Культурный туризм Ивацевичского района: состояние, проблемы и пути их решения	55
Чумак Т. Н. Флагманы промышленного туризма	58
Шадракова Е. А. Особенности развития туризма города Могилева.....	61
Шкуликова А. А., Мерзлова А. Ю. Туризм в Брестской области: состояние и перспективы развития.....	63
Шпаковская Ю. Б., Лапко С. В. Пинск как туристическая дестинация: состояние, проблемы и перспективы развития	66

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

Варицкая В. В. Особенности маркетинговой деятельности гостиниц г. Бреста.....	69
Веренич В. С. Требования предъявляемые к гостиницам категории 5 звезд.....	71
Витковская А. Б. Формальные и неформальные культурные пространства.....	73
Дубик А. А. История становления санаторного хозяйства Беларуси в досоветский и советский периоды.....	76
Зубович В. А. Туристические возможности БГК «Мешков Брест» в работе с болельщиками	79
Козлова Д. А. Креативная индустрия и ее роль в развитии креативного туризма.....	81
Мендель В. Р. Ресторанный бизнес: особенности и перспективы продвижения в социальных сетях.....	83
Мороз А. В. Эффективные методы мотивации персонала в сфере общественного питания.....	86
Шинкевич А. В. Медиавозможности продвижения культурно-познавательного тура «Гомель Льва Выготского».....	88
Юнчик В. А. Маркетинговое исследование мини-отеля «Гоголь».....	91

РАЗДЕЛ 4. ЭКСКУРСОВЕДЕНИЕ И КУЛЬТУРНОЕ НАСЛЕДИЕ В ТУРИЗМЕ

Бедуля В. А. Гастрономические традиции белорусских традиционных праздников.....	95
Бриштен Т. И. Литературное наследие Евгении Янищиз как туристический ресурс Пинщины.....	97
Василечко А. Ю. гастрономический путеводитель: понятие, содержание и основные направления применения.....	99
Волочкович Е. С. Еврейская тематика как эмоциональный компонент интереса человека.....	101
Корсак Б. П. Особенности религиозного туризма.....	104
Кузнецова Д.А. Популярныя событийныя мерапрыяттвы як фактар развіцця турызму в Беларусі.....	108
Лысенко О. С. Маршрут велосипедного похода по Воложинскому району «Дорогамі Ядвігіна III.».....	111
Мирук Д. Р. Биографии исторических личностей как ресурс для развития культурно-познавательного туризма в районах Брестской области	114

Нестерович А. М. Виртуальная экскурсия «Достопримечательности мира в Бресте»	117
Ратомская В. В. Девять чудес Волковыска для туриста.....	120
Скорина В. Д. Гастрономические возможности Гродно.....	124
Стадник А. Д. Белорусская национальная кухня как ресурс для развития въездного и внутреннего туризма.....	127
Оскерко Е.А. Объекты показа на экскурсии по довоенной Лиде.....	130
Шылкіна У. Д. Виртуальная горадабудаўнічая экскурсія Брэста.....	134

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

Кравчик Д. А. Развитие туристического потенциала особо охраняемых природных территорий путем создания виртуальных экологических экскурсий.....	136
Крень Р.С. Водный туризм как одна из форм активного отдыха.....	139
Михальчук А. В. Виртуальный экологический тур по Малоритскому району «Заповедный мир природы».....	142
Приходько Е. А., Кулик Р. А. Экологический туризм в Беларуси: состояние, проблемы и перспективы развития.....	145
Савчук С.А. Привлекательность агроусадоб Республики Беларусь для потенциальных туристов.....	147
Семемнюк А. О. Квест как средство развития агротуризма	150
Челей Д. Д. Современное состояние развития туристической деятельности в республиканском биологическом заказнике «Споровский».....	152

РАЗДЕЛ 6. ИНФОРМАЦИОННЫЕ ТЕХНОЛОГИИ И ОБРАЗОВАНИЕ В ТУРИЗМЕ

Богович К. А. Применение современных информационных технологий для развития рекреационного потенциала Пинского района.....	156
Иванюк П. В. Технологические инновации в индустрии спорта и спортивного туризма.....	160
Кузнецова Д. А. Информационные технологии в структуре индустрии туризма: реклама.....	163
Маслякова А.А. Интернет-технологии как средство продвижения гостиничных услуг.....	166
Пронько А.Д. Инновационные технологии в гостиничной индустрии....	169
Палівач К. А. Інвентарызацыя гісторыка-культурных каштоўнасцей Гродна з выкарыстаннем ГІС-тэхналогій.....	171
Полячок Д. С. Развитие природного туристического потенциала Бреста в рамках проекта «GREEN LINE BREST».....	174

Хрипунова З.И. Изучение ассортимента и ценового диапазона сети пиццерий с использованием ГИС-технологий (на примере центральной части города Бреста).....	177
Цибульский Е.А. Информационные технологии в развитии печатной продукции регионального туризма (на примере города Жабинка).....	180
Янчук С.Н. Информационные технологии в туризме: практика и опыт использования.....	183

РАЗДЕЛ 1. МЕЖДУНАРОДНЫЙ ТУРИЗМ И СТРАНОВЕДЕНИЕ

К. О. БУХВАЛ

Брест, БрГУ имени А.С. Пушкина

Научный руководитель – Н.И. Сухонос, ст. преподаватель, маг. экон. наук

ОСНОВНЫЕ ТЕНДЕНЦИИ ИНДУСТРИИ РАЗВЛЕЧЕНИЙ В МИРОВОЙ ЭКОНОМИКЕ НА СОВРЕМЕННОМ ЭТАПЕ

В современном мире развлечение и удовлетворение вторичных потребностей являются особенно востребованными, что связано с достаточно высоким уровнем развития большинства экономик мира. На сегодняшний день мировая экономика, а также национальная экономика значительного числа разных государств накапливает в сфере организации развлечений и отдыха большие объёмы денежных ресурсов.

Деятельность, которая занимается организацией развлечений и отдыха содержит в себе большой спектр видов экономической деятельности и действия разных площадок для развлечений и отдыха. Также эта деятельность близко связана с хозяйственной деятельностью, то есть с туризмом, пищевой промышленностью, строительством и другим.

В качестве главных тенденций развития отрасли, организации развлечений и отдыха в мировой экономике выделяют:

1. Увеличение на мировом уровне крупных объектов в сфере организации развлечений и отдыха;

2. Цифровизация развлечений. Рост цифровых развлекательных платформ, онлайн-игр приводит к изменению способа потребления развлечений и поведения аудитории;

3. Создание более уникальных и персонализированных развлекательных услуг;

4. Сегментация рынка. Появление новых рыночных сегментов и форм развлечений, таких как фестивали, тематические парки, квест-комнаты и другое;

5. Объединение организаций сферы развлечений и отдыха в другие сферы экономики;

6. Рост внимания к здоровому образу жизни и благополучию. Виды развлечений, связанные с здоровым образом жизни, фитнесом, спортом, саморазвитием и благополучием становятся все более популярными;

7. Пропаганда тематического характера объектов сферы развлечений и отдыха;

8. Виртуализация развлекательной сферы. Виртуальная реальность (VR), дополненная реальность (AR), интерактивные аттракционы, игровые

платформы и другие новейшие технологии, которые меняют виды и формы развлечений [1].

Предприниматели, которые функционируют в сфере развлечений, иногда сталкиваются с трудностями следующего вида:

1. Слабо развит рынок труда. Это также связано с отсутствием возможности предоставить высокий уровень заработной платы, соответственной, отсутствием возможности привлечь квалифицированных специалистов, которые эффективно справлялись бы со своими трудовыми обязанностями;

2. Отсутствие эффективного управления, которое было бы способно справиться с задачами оптимизации по организации труда, качественного обслуживания и т.д.;

3. Отсутствие желания использовать инструмент планирования своего бизнеса в длительной перспективе;

4. Отсутствие хорошего маркетинга, который позволил бы привлечь потребителей, а также сохранить их лояльность;

5. Высокий рост конкуренции, так как индустрия развлечений насыщена различными формами развлечений;

6. Наличие строгих правовых ограничений, особенно это касается игровой индустрии.

Из представленных тенденций развития отрасли развлечений и отдыха в мировой экономике можно сделать вывод о том, что сфера развлечений находится в постоянном движении и изменении, подстраиваясь под потребности современного общества. Организации, работающие в этой сфере, сталкиваются с рядом вызовов и трудностей, которые требуют внимания и компетентного управления.

Слабо развитый рынок труда и отсутствие квалифицированных специалистов могут затруднять эффективное функционирование предприятий развлекательной отрасли. Недостаточное управление и планирование также могут привести к проблемам в организации труда и обслуживания. Отсутствие хорошего маркетинга и стратегического планирования может препятствовать привлечению клиентов и сохранению лояльности.

Высокая конкуренция в отрасли развлечений требует от предпринимателей постоянного развития и инноваций, чтобы выделиться на фоне других игроков на рынке. Строгие правовые ограничения, особенно в игровой индустрии, могут создавать дополнительные сложности для бизнеса.

Перечисленные негативные тенденции получаются на фоне экономической нестабильности, также на фоне сокращения доходов населения и на фоне многого другого. Поэтому существует актуальность в разработке со стороны государств программ, которые поддерживали бы функционирующих в сфере развлечений предпринимателей, ведь развитие развлекательной

индустрии позволяет развивать туристическую отрасль в целом, обеспечивая тем самым возможность сформировать благоприятный инвестиционный климат в стране и увеличить доходы.

Эффективность таких программ поддержки во многом связана с эффективным развитием территории в социально-экономическом характере, увеличением реальных доходов коренного населения, созданием среды, позволяющей эффективно реализовать предпринимательскую деятельность, наличием стабильного налогового регулирования предпринимателей сферы развлечений.

В целом, успешное функционирование компаний в сфере развлечений требует комплексного подхода, включающего в себя качественное управление персоналом, эффективное маркетинговое планирование, инновационные подходы к услугам и продуктам, а также соблюдение законодательства и правовых норм. Только такие компании смогут выстоять на рынке и привлечь постоянную аудиторию.

СПИСОК ИСТОЧНИКОВ

1. Пискунова, И.А. Современные досуговые тенденции, типы и факторы, определяющие досуг / И.А. Пискунова // Вестник Саратовского государственного технического университета. – 2011. – № 3. – С. 164-168.

Х. Б. ЗАИРОВА

Белгород, ФГАОУ «Белгородский государственный национальный исследовательский университет» (НИУ «БелГУ»)

Научный руководитель – И.В. Богомазова, канд. экон. наук, доцент

СТРАТЕГИЧЕСКИЕ ПРИОРИТЕТЫ В ТУРИСТСКОЙ ИНДУСТРИИ РЕСПУБЛИКИ КАЗАХСТАН

Пандемия коронавируса и ее глобальный характер обусловила крупнейший мировой кризис, который затронул различные сферы экономической жизни различных субъектов. Сфера туризма не является исключением. Данные Всемирной туристской организации (UNWTO) за 2020 г. свидетельствуют об максимально плачевном состоянии отрасли, для которой было характерно сокращение на 74 % числа международных туристских прибытий в сравнении с предыдущим периодом.

Для туристского сектора пандемийный период привел к потерям сравнимым с 2019 годом в 4,5 трлн. долларов США, сокращению на 49,1% вклада в ВВП. Сложившаяся ситуация привела к снижению объемов путешествий и, как следствие, к снижению уровня экономического развития тех стран, для которых сфера туризма определяла лидирующие

позиции в экономике. Это в свою очередь определило пересмотр государственной политики в сфере туризма большинством стран в основе активизации государственных программ, предлагаемых туристских продуктах, целевых сегментах.

Республика Казахстан также не является исключением. В качестве основных черт развития рынка туризма в Казахстане следует выделить следующие:

- преобладающая популярность организованного выездного туризма в сравнении с внутренним, что обусловлено соотношением такого параметра «цена – качество»;

- зарождающийся уровень развития внутреннего туризма в Республике Казахстан;

- ограничения сезонного характера для внутреннего туризма;

- низкий уровень конкуренции обуславливает высокую ценовую политику услуг внутреннего туризма в Казахстане, при этом наличие постоянного потока туристов, несмотря на негативные отзывы туристов, определяет возможность завышения цен, не улучшая качество предоставляемых услуг;

- высокая оценка природного потенциала Казахстана;

- внедрение элементов цифровизации в систему внутреннего туризма;

- развитие активных видов спорта – горный туризм, трекинг, хайкинг, пешие прогулки и т.д.;

- применение современных инструментов рекламного продвижения – социальных сетей и других цифровых источников информации (Instagram, 2GIS, блогеров);

- слабая транспортная доступность региональных туристских дестинаций, что обуславливает рост стоимости транспортных услуг;

- низкий уровень повторного посещения туристских дестинаций: основная часть туристских аттракций ориентирована на разовое посещение, это обусловлено ограниченным предложением объектов туристского показа и маршрутов для гостей, предоставлением программ лояльности, обеспечивающих возврат туристов, и т.п.

В качестве ключевых проблем в туристской отрасли выделены человеческий капитал, инфраструктура, инвестиции, качество туристских услуг, продвижение туризма.

С позиции государственного влияния следует отметить существенное воздействие и необходимость активизации развития рынка внутреннего туризма. При этом туристской отрасли отводится ключевая роль в качестве источника экономического роста и развития, обеспечивающее мультипликативное воздействие на смежные отрасли экономики, что

приведет к увеличению занятости в сфере туризма и сопутствующих секторах до 800 тыс. человек.

В соответствии с этим Правительством утверждена «Концепция развития туристской отрасли Республики Казахстан на 2023 – 2029 годы» [1]. При этом стратегическими приоритетами выделены следующие.

1. Создание и развитие инфраструктуры туризма, логистики - расширение транспортных сетей (подъездные дороги) к объектам туризма, расположенных за пределами населенных пунктов. Также в соответствии с данным приоритетом к 2029 году планируется увеличение числа койко-мест – средства размещения будут располагать не менее 280 тыс. койко-мест.

2. Создание благоприятного климата, повышение качества сервиса и развитие цифровизации. Система информирования и продвижения туристских территорий будет организована посредством развития цифровой платформы (национального туристского портала). Ее применение позволит информировать туристов о туристских объектах, предоставляемых услугах туристскими дестинациями.

3. Продвижение туристского потенциала на региональном и международном уровнях. Для формирования национального турпродукта и его продвижения особое внимание уделено Казахстанскому туристскому бренду. Его основу составляют следующие ключевые виды туризма:

- уникальная природа и самобытная культура предопределили развитие экологического и этнотуризма;
- организация фестивального движения;
- продвижение комплекса развлекательных мероприятий;
- расширение направлений приключенческих туров и программ, базирующихся на этнических компонентах.

Представленные 4 элемента формируют концепцию «4Е» – Ecology, Ethnography, Events, Entertainment [2].

Основные целевые индикаторы в 2029 г. характеризуются следующими показателями:

- увеличение валовой добавленной стоимости в сфере туризма до 6,3 трлн. тенге;
- рост числа занятых, вовлеченных в индустрию гостеприимства до 800 тыс. человек;
- повышение в 2 раза инвестиционной привлекательности до 260 млрд. тенге;
- рост доходов от совершения международных туристских прибытий до 5,5 млрд. долларов США.

В целях достижения национальных приоритетов диверсификации экономики и повышения благосостояния и качества жизни населения

республики индустрия туризма будет развиваться в приоритетных туристских территориях с конкурентоспособным туристским бизнесом, основу которого составляют квалифицированные работники, предлагающие привлекательные туристские продукты как для внутреннего, так и для иностранного туриста. Развитие в данном направлении будет способствовать мощному и стабильному росту доходов от туристской деятельности для всех заинтересованных сторон – государства, бизнеса и работников.

СПИСОК ИСТОЧНИКОВ

1. Постановление Правительства Республики Казахстан от 28 марта 2023 года № 262 «Об утверждении Концепции развития туристской отрасли Республики Казахстан на 2023-2029 годы и признании утратившими силу некоторых решений Правительства Республики Казахстан» [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.gov.kz/memleket/entities/tourism/documents/details/429828?lang=ru>. – Дата доступа: 17.01.2024.

2. Как Kazakh Tourism будет развивать туризм в Казахстане. И что такое концепция «4Е», которая ляжет в основу национального туристического бренда. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://profi.travel/articles/33952/de>. – Дата доступа: 17.01.2024.

Р. Н. КОЗИНЕЦ

Брест, БрГУ имени А. С. Пушкина

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

ВЛИЯНИЕ ГЛОБАЛЬНОГО ПОТЕПЛЕНИЯ НА ТУРИЗМ

За последние 200 лет человечество добавило в атмосферу примерно 2,4 трл тонн углекислого газа, что привело к тому, что температура Земли к настоящему времени повысилась на 1,1 С°. По всему миру наблюдаются значительные изменения в климате [1].

Комиссия ООН по климату для исследований в качестве отправной точки взяла «волны жары», ранее появляющиеся раз в 50 лет. Сейчас при общем повышении температуры на Земле на 1 С°, частота таких волн увеличилась в 5 раз, то есть те явления, которые ранее происходили раз в 50 лет, сейчас происходят раз в 10 лет. Кроме того, температура этих явлений увеличилась: если в настоящее время температура Земли увеличилась на 1,1 С°, то следующей целевой точкой является ее увеличение на 1,5 С°. Для этого человечеству достаточно выбросить в атмосферу 400 млрд тонн углекислого газа. Учитывая, что ежегодно

выбрасывается 40 млрд тонн, то через 10 лет будут сформированы новые климатические условия. Логика проста: больше выбросов, выше температура, больше нагрев Земли, а, следовательно, чаще «волны жары», засухи, наводнения, изменения ландшафта, таяние ледников и мерзлоты, повышение уровня океана [1].

С каждым годом человечество сталкивается с новостями о природных бедствиях по всему миру: пожары (Австралия, Сибирь, Турция, Гавайи), землетрясения (Турция, Япония), наводнения и цунами (Таиланд, Шри-Ланка, Индонезия). Ситуация усугубляется, указывая на тенденцию к увеличению подобных катастроф, и эта тенденция необратима. Данные изменения напрямую или косвенно влияют на все сферы жизнедеятельности человека: экономику, политику, энергетику, сферу развлечений, в которой главным направлением является туризм.

В первую очередь от изменения климата страдают природные территории, наиболее привлекательные для туристов. Когда происходит глобальная трансформация, самые красивые уголки планеты первыми ощущают на себе эти последствия, начинают быстро меняться, что приводит к серьезным последствиям для экологического туризма.

Существует тесная связь между развитием туризма и изменением климата. Непосредственные последствия глобального потепления – стихийные бедствия (наводнения, сходы лавин, ураганы, пожары) – разрушают инфраструктуру туристических регионов, уничтожают их природные достопримечательности, что может изменить привлекательность традиционных туристических направлений. Загрязнение вод, сокращение площади лесов, уменьшение биологического разнообразия снижают экологическую чистоту туристических мест. Уменьшение ледников и снежного покрова приводит к ухудшению условий для зимнего туризма [2].

Изменение климата влияет на здоровье туристов. Повышение температур во влажных районах способствует росту количества насекомых, которые являются переносчиками инфекционных заболеваний, и появление их в регионах, где они ранее не были распространены.

Климатические изменения переориентируют туристические потоки. Например, с увеличением температур в зимних регионах снижается спрос на зимний туризм, а летние регионы становятся более популярными [2].

Кажется, что туризм предстает как жертва глобального потепления. Однако сам туризм является одной из его причин, поскольку важной составной частью туризма является транспорт (авиационный, автомобильный и др.) – главный источник выброса углекислого газа в атмосферу. И воздействие транспорта, который используется в сфере туризма, на глобальное потепление будет возрастать.

В индустрии туризма предпринимаются меры для смягчения последствий изменения климата. Например, внедрение энергосберегающих технологий, диверсификация туристического продукта, разработка новых маршрутов приводит к удлинению сезона, снижению уязвимости туристического бизнеса к климатическим изменениям.

Таким образом, связь между развитием туризма и изменениями климата является многоаспектной. Изменение климата оказывает разнообразное воздействие на туристические направления, инфраструктуру, здоровье туристов. Важно учитывать эти факторы при планировании развития туризма и принятии мер по его адаптации к изменению климата.

СПИСОК ИСТОЧНИКОВ

1. IPCC Sixth Assessment Report «Climate Change 2021: The Physical Science Basis» [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.ipcc.ch/report/ar6/wg1/>. – Дата доступа: 08.02.2024.
2. Туризм и климатические изменения [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.e-unwto.org/doi/pdf/10.18111/unwtogad.2007.4.w9j6161k63mv8414?download=true>. – Дата доступа: 08.02.2024.

Д.А. КОЗЛОВА

Брест, БрГУ имени А. С. Пушкина

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

РАЗВИТИЕ ВНУТРЕННЕГО ТУРИЗМА В РЕСПУБЛИКЕ БЕЛАРУСЬ

Внутренний туризм в Республике Беларусь имеет огромный потенциал для развития. С одной стороны, страна обладает богатым и разнообразным туристическим наследием, включая исторические города, живописные пейзажи, уникальные природные объекты и самобытную культуру. С другой стороны, пандемия COVID-19 и геополитическая ситуация последних лет стимулировали рост интереса к внутренним путешествиям.

Свидетельством развития внутреннего спроса является переориентация многих туроператоров и туристических агентств на экскурсии и экскурсионные туры по стране. Для Республики Беларусь появляется возможность в условиях стагнации выездного туризма создать уникальные туристические продукты, которые привлекали бы граждан нашей страны, а впоследствии и иностранных туристов.

В пятерку стран, граждане которых наиболее часто посещали нашу страну в 2023 г., вошли Россия, Литва, Польша, Латвия, Китай. Безвизовый режим стал импульсом для реализации инвестиционных проектов, активности малого и среднего бизнеса, в том числе в реализации инвестиционных договоров по строительству гостиниц крупных международных брендов.

Развитие туризма в стране, регионе зависит от целого комплекса факторов, условий и ресурсов. В явном выигрыше те страны, которые имеют море и горы. Несмотря на то, что Беларусь не располагает этими знаковыми для туризма ресурсами, она имеет ряд преимуществ по сравнению с другими странами. Выделяют следующие направления развития внутреннего туризма:

- экотуризм: создание новых маршрутов, обустройство экотроп, развитие агроусадеб, популяризация экологически чистых продуктов;
- активный туризм развитие веломаршрутов, организация сплавов по рекам, обустройство кемпингов, создание условий для занятий спортом (рыбалка, охота, лыжи);
- культурно-познавательный туризм: разработка тематических маршрутов, организация фестивалей, праздников, исторических реконструкций;
- семейный туризм: создание специальных программ для отдыха с детьми, обустройство аттракционов, игровых площадок, бассейнов;
- санаторно-курортное лечение: развитие существующих и создание новых курортов, использование природных факторов для оздоровления.

В рамках реализации национальных программ развития туризма государственными и частными структурами были реализованы практические меры, направленные на факторы, способствующие развитию внутреннего туризма:

- государственная поддержка: принятие программ развития туризма, выделение финансирования, создание благоприятных условий для бизнеса;
- повышение осведомленности: проведение рекламных кампаний, создание информационных ресурсов, участие в международных выставках;
- развитие инфраструктуры: строительство новых объектов, улучшение качества дорог, повышение уровня сервиса;
- повышение благосостояния населения: рост доходов, увеличение свободного времени, стремление к новым впечатлениям.

В стране уделяется большое внимание развитию внутреннего туризма. Реализуется ряд государственных программ, направленных на развитие туристической инфраструктуры, повышение качества туристических услуг и продвижение внутреннего туризма на внутреннем и внешнем рынках. Реализация программы развития внутреннего туризма позволит Беларуси:

- снизить зависимость от въездного туризма: в условиях геополитической напряженности и ограничения международных поездок развитие внутреннего туризма становится стратегической задачей;
- диверсифицировать экономику: туризм может стать одним из драйверов роста экономики, стимулируя развитие смежных отраслей;
- повысить привлекательность страны для инвестиций: развитие туризма создает благоприятный климат для инвестиций в инфраструктуру, гостиничный бизнес, сферу услуг;
- сохранить и популяризировать культурное наследие: туризм способствует сохранению исторических и культурных памятников, а также их популяризации среди населения.

Соблюдение и быстрая реализация вышеперечисленных программ и действий поспособствует активному развитию внутреннего туризма в Беларуси:

- увеличение количества туристов: рост числа как краткосрочных, так и долгосрочных поездок;
- создание новых рабочих мест: развитие туризма стимулирует рост сферы услуг, что приводит к созданию новых рабочих мест;
- поступление доходов в бюджет: рост доходов от туризма увеличивает возможности для развития других сфер экономики;
- повышение качества жизни: развитие туризма способствует улучшению имиджа страны, повышению привлекательности для инвестиций, развитию социальной инфраструктуры.

Таким образом, внутренний туризм в Республике Беларусь обладает значительным потенциалом для развития. Государство оказывает всяческую поддержку развитию внутреннего туризма, однако для того, чтобы оно развивалось успешно, необходимо:

- развивать туристическую инфраструктуру: в частности, необходимо строить новые гостиницы, рестораны, кафе, а также обустраивать места отдыха;
- повышать уровень сервиса: в туристических объектах Беларуси необходимо повысить уровень сервиса до международных стандартов;
- рекламировать Беларусь как туристическое направление: Беларусь необходимо рекламировать как туристическое направление на мировом рынке.

Развитие внутреннего туризма имеет большое значение для экономики страны, так как позволяет создать новые рабочие места, увеличить поступления в бюджет, а также повысить качество жизни населения.

Важно отметить, что развитие внутреннего туризма должно быть устойчивым. Это означает, что необходимо бережно относиться к природным ресурсам и культурному наследию Беларуси. В целом, перспективы развития

внутреннего туризма в Республике Беларусь оптимистичные. При реализации государственных программ и при наличии инвестиций, внутренний туризм может стать одним из важнейших секторов экономики Беларуси.

СПИСОК ИСТОЧНИКОВ

1. Развитие туризма в Беларуси [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://studbooks.net/693884/turizm/> – Дата доступа: 22.02.2024.
2. Национальная стратегия [Электронный ресурс] – Режим доступа: <https://docviewer.yandex.by/view/1654224044/> – Дата доступа: 10.03.2024.

Д. П. САПРОНОВ

Брест, БрГУ имени А.С. Пушкина

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

ПРОБЛЕМЫ И ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ МЕЖДУНАРОДНОГО ТУРИЗМА РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

Международный туризм играет важную роль в экономике и международных отношениях. Исследование различных аспектов международного туризма России поможет лучше понять его текущее состояние, проблемы, а также выявит определённые перспективы для будущего развития этого ключевого сектора экономики.

Проблемы, связанные с международным туризмом в России, заключаются в неудовлетворительных показателях как выездного, так и въездного туризма по сравнению с допандемийным уровнем 2019 г. Кроме того, наблюдается существенное сокращение поездок граждан РФ в страны Европейского союза, ранее популярных среди российских туристов. Также, в РФ недостаточно развита база объектов размещения, где преобладают объекты без звездного рейтинга, что может быть препятствием для привлечения иностранных посетителей. Отмечается неравномерность в распределении объектов размещения, включая гостиницы, турбазы, хостелы и другие, с концентрацией спроса лишь в некоторых регионах страны.

Важным фактором являются финансовые трудности граждан, многие из которых не участвуют в международных путешествиях. Кроме того, значительная часть населения предпочитает проживание у родственников вместо использования услуг объектов размещения при внутренних туристических поездках. Это также оказывает негативное воздействие на туристическую индустрию.

Проблемы туроператоров связаны с закрытием фирм, специализирующихся на выездном и въездном туризме, особенно в крупных

городах. Однако положительным моментом является увеличение выручки туроператоров за счет дефицита предложений в сфере выездного туризма.

Ограничения иностранных поездок для россиян в некоторые страны Европейского союза, а также ужесточение визовых формальностей, создают проблемы для выездного туризма, в которых заметную роль играют внешнеполитические причины. Помимо этого, безвизовый режим для граждан РФ доступен во многих случаях в отдаленные от РФ страны, путешествия в которые имеют высокую стоимость.

Проблема визовых формальностей для въездного туризма заключается в практическом отсутствии туристов из стран, которым доступен безвизовый въезд в РФ по причине их дальнего расположения. Существует также проблема в недостаточном количестве маркетинговых программ для продвижения России за рубежом.

Блокировка многих иностранных сервисов бронирования, влекут за собой затруднения для россиян в покупке зарубежных туров, вынуждая обращаться к турагентам и сталкиваться с дополнительными расходами из-за повышения цен на туристические услуги.

В рамках стратегии решения проблем в туризме российского государства привлекают внимание следующие меры: создание туристических комплексов, разработка современных и доступных средств размещения, установление новых межрегиональных маршрутов. В 2023 г. на форуме представлены инновационные транспортные средства для экстремального туризма, глэмпинги и кэмперы.

Существенное внимание уделяется упрощению визовых соглашений, с приоритетом для стран-основных поставщиков туристов. РФ расширила список стран, в которые разрешен въезд по электронной визе, с 52 до 55. Заключено безвизовое соглашение между Китаем и РФ, действующее в настоящее время только для россиян. Ведутся переговоры с Ираном о введении безвизового режима для туристических групп. Также требуется увеличение числа туристических поездок в постсоветские страны, т.к. в них действует безвизовый режим, и они обладают туристическим потенциалом [1].

В РФ разработана стратегия развития туризма до 2035 г., включающая создание условий для привлечения туристов круглогодично, повышение квалификации персонала и развеивание мифов о безопасности страны. Стратегия также предполагает увеличение инвестиционной привлекательности туристической отрасли и сокращение сроков окупаемости проектов. Поставлена цель утроить въездной поток к 2025 г., а также увеличить численность работников в туристической индустрии до 4,96 млн человек к 2035 г. Предполагается продвижение туристического

потенциала России среди стран БРИКС, разработка единого турпродукта и цифровых технологий для комфортного туризма в этих странах [2].

По прогнозам экспертов, в ближайшее время популярность среди зимних туров россиян будут набирать Таиланд, Шри-Ланка, Бали, Малайзия. В 2023 г. объемы поездок российских туристов в Малайзию превзошли показатели 2019 г. Ожидается увеличение числа потоков и во Вьетнам, т.к. РФ и Вьетнам ведут переговоры по созданию прямых рейсов между этими странами [2].

Российский союз туристической индустрии ожидает не менее миллиона иностранных туристов, в том числе и из Европы. Наибольшее число будут составлять туристы из Китая, Ирана, арабских стран и Юго-Восточной Азии.

Согласно прогнозу Минэкономразвития, до 2026 г. поток туристов внутри РФ будет расти от 5 до 8% в год за счет безвизовых поездок между Китаем и Ираном, увеличением культурных мероприятий и развитию санаторно-курортной отрасли.

Прогнозируется также увеличение числа китайских туристов в РФ до 470 тыс. человек в 2024 г. Предполагается увеличение турпотока из стран БРИКС до 2 млн человек за счет новых модульных гостиниц и гостиниц, строящихся по льготному кредитованию строительства гостиниц [3].

Практика показывает, что международный туризм РФ требует восстановления и охвата большего числа стран для въездного туризма. Государство разработало программы развития туризма. РФ стремится привлечь как можно больше туристов из Азии и Ближнего Востока, стремится налаживать связи для увеличения туда российских туристов. Основной упор делается на планы создания современной инфраструктуры для туризма, повышение объема инвестиций и улучшение сервиса.

СПИСОК ИСТОЧНИКОВ

1. Интернет-портал «Национальные проекты РФ» [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://национальныепроекты.рф>. – Дата доступа: 31.03.2024.
2. Ассоциация туроператоров России [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.atorus.ru>. – Дата доступа: 31.03.2024.
3. Интернет-портал «Известия» [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://iz.ru>. – Дата доступа: 31.03.2024.

Д. С. СЕДЛЯР

Брест, БрГУ имени А.С. Пушкина

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

ПУТИ РАЗВИТИЯ ИНКЛЮЗИВНОГО ТУРИЗМА В РЕСПУБЛИКЕ БЕЛАРУСЬ

В Республике Беларусь сегодня обозначилась тенденция развития инклюзивного туризма как на уровне теоретического осмысления проблемы, так и на уровне практической реализации. Однако получение туристических услуг, доступ к объектам инфраструктуры в стране для людей с ограниченными возможностями требует совершенствования.

Рассмотрим слабые стороны возможностей развития инклюзивного туризма в Республике Беларусь

1) Отсутствие туристской инфраструктуры и безбарьерной среды на территории большинства туристических объектов Республики Беларусь. На сегодняшний день, имеющиеся элементы туристской инфраструктуры не адаптированы к приему людей с ограниченными физическими возможностями (отсутствуют безбарьерные входы на объекты, пандусы на путях движения по территории, зоны целевого посещения, оборудованные для инвалидов туалеты, парковки, обозначенные специальным знаком, парковочные места для инвалидов). Минимальные инфраструктурные возможности имеются лишь у отдельных туристических объектов.

Во многом причины отсутствия туристской инфраструктуры, связаны не только с тем, что многие туристические объекты Республики Беларусь, как правило, расположены на значительном удалении от крупных населенных пунктов, но и с тем фактом, что изначально они не имели задачи приема посетителей. Именно поэтому на территории большинства туристических объектов полностью отсутствует надлежащая туристская инфраструктура.

Транспортная удаленность, а также слабое развитие дорожной инфраструктуры усугубляет ситуацию с посещением объектов, не позволяя посещать их в течении суток.

2) Отсутствие разработанных туристских маршрутов по территории большинства туристических объектов Республики Беларусь, в т.ч. для людей с ограниченными физическими возможностями.

3) Не определены нормы рекреационной емкости территорий (акваторий) туристических объектов, что не позволяет прогнозировать и регулировать туристский поток. Это в свою очередь также приведет к неизбежной деградации уникальных природных ландшафтов.

4) Для Республики Беларусь характерна территориальная «очаговость» использования отдельных объектов в туристских и рекреационных целях.

5) Нехватка и(или) отсутствие необходимых средств на развитие доступного туризма у государства и психологическая неготовность благотворителей «платить за отдых инвалидов на природе».

6) Отсутствие стремления у большинства местных турфирм к созданию туристских продуктов для людей с ограниченными физическими возможностями.

7) Недостаток информации о доступном туризме в средствах массовой информации. В общих чертах проявление этих проблем характерно для всех видов доступного туризма на территории всех туристических объектов Республики Беларусь. Проблемы достаточно серьезны, но вполне преодолимы.

Пути решения данных проблем нам видятся в разработке комплекса мер по созданию механизмов государственной поддержки и стимулирования туризма для людей с ограниченными возможностями здоровья, проведению комплексных эколого-рекреационных исследований территории охраняемых природных объектов, продвижению туристского продукта для лиц с инвалидностью через социальную рекламу, развитию социально ориентированных инвестиций и бизнес-проектов в сфере доступного туризма.

Для совершенствования развития инклюзивного туризма в Беларуси на различных уровнях предлагается следующий комплекс мероприятий:

- разработка и реализация государственной программы по развитию социального туризма, доступного для всех, компонентом которого и является инклюзивный туризм;

- оборудование аэропортов, железнодорожных и автовокзалов, вагонов и автобусов подъемниками, специальными средствами и т.п.

- развитие оказания лечебно-оздоровительных услуг в комплексе с туристическими услугами;

- развитие социального туризма в сочетании с поддержкой туристической активности потенциальных туристов с невысоким уровнем доходов, поощрения семейного и внесезонного туризма;

- поощрение развития инклюзивного вида туризма через налоговые льготы предприятиям, занятым разработкой и реализацией туристических продуктов для людей с ограниченной доступностью;

- расширение предприятиями туристической индустрии ассортимента предлагаемых услуг и продуктов в инклюзивном виде туризма, например, включая анимационно-досуговые программы и др.;

- туристические путешествия для данной категории туристов должны носить аттрактивный характер.

– использование современных технологий в системе информационного обеспечения о предлагаемых туристическо-экскурсионных услугах, доступных для инвалидов;

– использование зарубежного опыта.

Полученные результаты могут явиться основой конкурентной стратегии развития доступного туризма в Республике Беларусь и должны реализоваться через систему мероприятий, направленных на их использование и усиление.

Таким образом, инклюзивный туризм является исключительным явлением для реабилитации людей с ограниченной доступностью, включая как процесс познания действительности, так и возможность более полноценной социализации, устраняя чувство неполноценности, интегрируясь в общество с достоинством, и воспринимая себя как личность. Совершенствование и актуализация развития инклюзивного туризма подчеркивается и тем обстоятельством, что для людей с ограниченными возможностями туризм является средством активизации двигательных функций, поддержания физической формы, мобилизуя психические ресурсы и восстанавливая психоэмоциональное состояние человека. Перечисленное повышает уровень его самооценки и самозначимости, способствует нахождению своего места в социуме.

СПИСОК ИСТОЧНИКОВ

1. Клицунова, В. А. Туризм и отдых для всех – продвигаем всеобщую доступность / В. А. Клицунова [и др.] – Минск: Экоперспектива, 2017. – 68 с.

2. Борисенко-Клепач, Н.М. Мировой и белорусский опыт организации инклюзивного туризма / Н.М. Борисенко-Клепач [Электронный ресурс] – Режим доступа: <https://www.belarustourism.by/vazhnye-dokumenty/мировой-и-белорусский-опыт-организации-инклюзивного-туризма.pdf> – Дата доступа: 20.03.2024.

3. Пирогова, О. Е. Инклюзивный туризм: понятие и сущность / О. Е. Пирогова, А.В. Мустафина, А. Э. Гамидова // Управленческое консультирование. – 2023. – № 6. – С. 81-89.

К. К. СУДАК

Брест, БрГУ имени А.С. Пушкина

Научный руководитель – И.Л. Федорова, ст. преподаватель, маг. геогр. наук

ТРАДИЦИОННАЯ КУХНЯ ТАИЛАНДА

Кухня Таиланда – настоящая кулинарная магия, в которой сочетаются пряный запах индийской специи, утонченность французских блюд, высокий уровень качества китайского продукта, традиции, которые приносят переселенцы и народы из Малайзии, Бирмы и Лаоса. С использованием морепродуктов, свежих и ароматных трав, ярких специй, необычных супов, тайская кухня превращает даже самые обычные ингредиенты в настоящие шедевры. Например, обыкновенный рис может послужить основой блюда «кхау пхат», а простая обжаренная лапша «пад тай» зачаровывает своим ароматом.

Тайская кухня и тайская архитектура являются глубоко эклектичными. Но если архитектуру называют застывшей музыкой, то тайские блюда – это музыка, принявшая форму еды [1].

Говорят, что в словарном запасе жителей Таиланда отсутствует слово «голод». Великолепное лето и мягкий климат позволяют здесь выращивать два или даже три урожая в год. Здесь не бывает проблем со свежими фруктами, овощами и зеленью, а близость моря означает множество рыбы, креветок, водорослей и прочих морепродуктов в любой период года. Все национальные блюда всегда готовятся из продуктов, которые вырастили своими руками местные жители и вложили частичку себя.

В своей кухне тайцы используют все виды мяса, в большом количестве рыбу, а также множество овощей и фруктов. Ежедневное питание очень зависит от погоды, от времени года и сбора урожая. Тайский народ очень серьезно относится к еде, выбирают только свежие продукты. Один из основных продуктов – рис, он является гарниром и основным блюдом, его подают и на десерт. Для простого тайца еда означает «кхао» – рис. Остальное – овощи, рыба, мясо – тайцы называют «кап кхао», что в переводе означает: «то, что едят с рисом». Кокос находится почти в том же центральном месте.

Тайская кухня варьируется в различных регионах по доступности продуктов. При желании повар может заменять какие-либо компоненты или специи, исходя из вкуса, следуя только основному порядку приготовления. Например, во многих рецептах свинина заменяется курицей или креветками.

Тайская еда возникла с людьми, которые иммигрировали из южных провинций Китая в Таиланд много веков назад. Влияние Сычуаня и других регионов Китая, а также вклад буддийских монахов и южно-мусульманских государств повлияли на приготовление еды в Таиланде. Немного позже, тайская еда находилась под влиянием европейской кухни, после контакта с португальскими миссионерами и голландскими торговцами. В то время какое-то влияние было оказано даже японцами. Сегодня тайская кухня стала самостоятельным явлением, объединяющим уникальные вкусы: сладкое, кислое, горькое, соленое и пряное [2].

Кухня тайцев отражает влияние различных культур, таких как камбоджийская, лаосская, малайзийская, китайская и индийская. Конечно, местные жители внесли свою изюминку: они добавляют травы в отличие от индийцев, любителей специй. Регионы Таиланда накладывают свой неповторимый отпечаток на национальные блюда.

Юг страны отражает влияние Китая и Малайзии. Восточные области имеют сходства с кухней Лаоса. Считается, что визитная карточка тайской восточной кухни – острый салат из папайи под названием «сом там» – является национальным лаосским блюдом.

Север Таиланда славится своим предпочтением к мясным блюдам, особенно птицы и свинины. Большой популярностью пользуются тайские свиные колбаски и соевая лапша в супе из кокосового молока. Центр государства сочетает все особенности окраин.

Тайская кухня известна своим потрясающим вкусом, разнообразием свежих трав и полезных ингредиентов. Блюда не только восхитительны на вкус, но и привлекательны внешне благодаря красивому оформлению. Гармоничное сочетание вкусов делают тайскую кухню по-настоящему уникальной.

СПИСОК ИСТОЧНИКОВ

1. Тайская кухня – национальная и местная кухня Таиланда [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://tonkosti.ru>. – Дата доступа: 08.04.2024

2. Тайская кухня. Особенности и отличия в регионах Таиланда [Электронный ресурс] – Режим доступа: <https://tcc.ua/countries/thailand/our-impression/tayskaya-kukhnya-osobennosti-i-otlichiya-v-regionakh-tailanda> – Дата доступа: 08.04.2024.

Д. А. ПАСЬКО

Гомель, ГГУ имени Ф. Скорины

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

АНАЛИЗ ТУРИСТИЧЕСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ В ИТАЛИИ

Каждый год множество туристов посещают Италию. Экскурсионные туры в Италию славятся своими посещениями городов-музеев Флоренции, Венеции и Рима где множество уникальных сокровищ искусства и памятников старины. Такого количества произведений искусства, которые можно увидеть во время тура в Италию, нет больше нигде в мире.

Наиболее развитые и востребованные виды туризма в Италии: культурный туризм, оздоровительный туризм (термы и лечение) и, наконец, деловой туризм (сделки в необычных и привилегированных местах). При выборе направлений иностранцы в Италии особенно ценят города искусства, а также морские и горные места, что способствует положительным оценкам [1].

За несколько десятилетий Италия открылась для массового пляжного туризма. Многие провинции и коммуны ежегодно борются за право получить Голубой флаг – европейское признание качества и экологии моря. Приморские районы Италии, особенно Лигурийская Ривьера, остров Сицилия, Сардиния, отличаются особой легкостью климата.



Рисунок 1 – Особенности и размещение туристской индустрии Италии

В 2023 году Италия заняла 5-е место в мире по посещаемости с 61 миллионом иностранных гостей, с числом, равным 220,7 миллионам иностранных прибытий и с 432,6 миллионами общих прибытий. Туристический сектор страны напрямую генерирует более 5% национального ВВП (13% с учетом также косвенно создаваемого ВВП) и представляет более 6 % занятых (рисунок 2) [2].

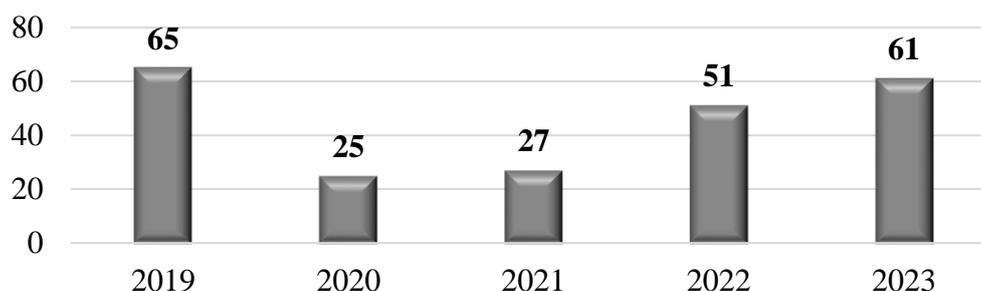


Рисунок 2- Динамика посещения Италии, млн.чел.

В 2022 году в Италии число прибытий остается на 26 процентов ниже, чем в 2019 году, за год до пандемии. За первые девять месяцев года из-за границы прибыли 55,98 миллиона путешественников. Почти двое из трех иностранных путешественников, прибывающих в Италию (72%) приезжают из Европейского Союза, но значительное количество туристов приезжают из Великобритании (3,6 млн.) и США (2,2 млн.).

41 % иностранных путешественников приехали в Италию на отдых, но нет недостатка в тех, кто выбрал для посещения родственников и друзей, покупок или по другим причинам (рисунок 3) [2].

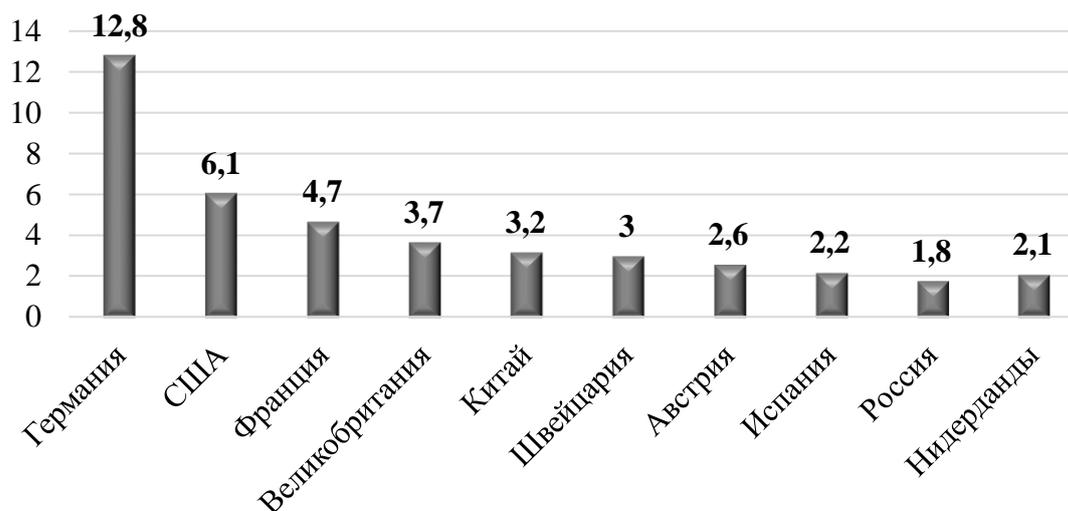


Рисунок 3 – Первая 10-ка иностранных туристов в Италии по странам, 2022 г., млн.чел.

Положительную динамику прибытий подтверждают расходы, которые за первые девять месяцев для иностранцев, составили 33,4 миллиарда по сравнению с 15,5 за тот же период. В 2023 году количество иностранных туристов возросло до 61%. Из общего числа прибывших 71,7% прибыли из стран ЕС, в основном из Франции и Германии, и 18,3% – из-за пределов Евросоюза, в основном из Великобритании. Значительно вырос турпоток из США [2].

Итальянский туризм входит в число пять стран наименьших загрязняющих окружающую среду в Европейском Союзе, благодаря высокой доле возобновляемых источников энергии в общем энергопотреблении отелей.

Отдыхающие из-за границы в Италии стратегически важны для туристического гостеприимства особенно в самых популярных направлениях еще и потому, что посетители из этих стран традиционно имеют высокую покупательную способность на проживание, еду, транспорт, развлечения, шоппинг и сувениры. В частности, потребление блюд в ресторанах, пиццериях, тратториях или фермерских домах, а также покупка уличной еды, сувениров или фирменных блюд и вин являются для многих туристов основной мотивацией для поездки в такую страну, как Италия, которая является уникальной в мире.

Италия имеет большой туристический потенциал. Она является классической страной для туризма, популярная во всем мире. В этой стране каждый найдет отдых по вкусу. Здесь имеется не только красочные разнообразные ландшафты, обширные пляжи, но и многочисленные исторические достопримечательности. Развитию туризма здесь способствует все: и географическое положение, и климатические условия, исторические и культурные памятники, многие из которых стали историко-культурным наследием [2].

СПИСОК ИСТОЧНИКОВ

1. Туризм в Италии [Электронный ресурс] – Режим доступа: <https://www.italia.it/en>. – Дата доступа: 11.04.2024.
2. Роль международного туризма в экономике Италии [Электронный ресурс] – Режим доступа: https://tourlib.net/statti_tourism/kuskov.htm. – Дата доступа: 11.04.2024.

Д. В. РЕЗНИЧЕНКО

Брест, БрГУ имени А.С. Пушкина

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

ИННОВАЦИИ И ТЕНДЕНЦИИ РАЗВИТИЯ ТУРИЗМА В КИТАЕ

Пережив значительные последствия пандемии, туристический сектор Китая стремится к мощному возрождению. Этому способствуют несколько движущих сил, в их числе ослабление ограничений на поездки, увеличение располагаемого дохода среди китайских потребителей и рост популярности внутреннего туризма.

Устойчивое возрождение туристической индустрии Китая также служит положительным индикатором для экономики страны, поскольку туризм является важным фактором экономического роста и, как ожидается, внесет значительный вклад в ВВП страны. В настоящее время появился непрерывный поток новых продуктов, технологий, концепций, тенденций и возможностей, влияющих на индустрию туризма.

Быстрое расширение выездного туризма из Китая можно объяснить ростом доходов среднего класса, растущим желанием китайских туристов исследовать различные страны и культуры, а также простотой получения виз и выполнения критериев въезда в различные пункты назначения.

После пандемии и последующих ограничений на поездки, китайские туристы претерпели изменения в своих предпочтениях и поведении. За последние три года, хотя международные поездки оставались ограниченными, внутренние путешествия процветали [1].

В результате среднестатистический китайский турист после Covid-19 демонстрирует отличительные черты: повышенную цифровую грамотность, повышенные ожидания и тягу к новым впечатлениям (наблюдается растущая тенденция вкладывать средства в впечатления, а не в имущество, особенно в условиях отсутствия Covid) [2].

Существенным сдвигом в туристическом секторе Китая является растущее внимание к культурному туризму, где традиционное наследие органично переплетается с современными путешествиями. Поскольку нация сохраняет и прославляет свои богатые культурные и исторические сокровища, культурный туризм занял первое место.

Эта тенденция особенно выражена в сфере внутреннего туризма, где туристы стекаются к объектам наследия и культурным достопримечательностям, чтобы глубже понять богатое наследие Китая.

Индустрия туризма Китая резко изменилась благодаря слиянию технологий и меняющимся потребительским требованиям. Ситуация

отмечена растущим вниманием к технологическому опыту, отвечающему меняющимся предпочтениям современных туристов.

Технологическая тенденция туризма в Китае демонстрирует интеграцию умной техники и интернета вещей (IoT) в путешествие. Туристы теперь имеют возможность персонализировать свою среду и встречи с помощью приложений для смартфонов. Инновации варьируются от умных гостиничных номеров, регулирующих освещение, температуру и атмосферу, до транспорта с поддержкой интернет-вещей, обеспечивающих обновления в режиме реального времени, повышающего комфорт и эффективность.

Технически подкованные китайские туристы все чаще ищут иммерсивных встреч. Виртуальная и дополненная реальность (VR/AR) заняла центральное место, позволяя туристам исследовать исторические места, культурные достопримечательности и чудеса природы с помощью виртуальных туров. Это не только повышает вовлеченность, но и служит мощным маркетинговым инструментом.

Бесконтактные услуги и цифровые платежи стали неотъемлемой частью высокотехнологичной туристической сцены Китая. Туристы могут перемещаться по таким точкам взаимодействия, как регистрация, служба безопасности, рестораны и магазины, с минимальным физическим взаимодействием [3].

Китайские туристы, известные своим энтузиазмом к исследованиям за пределами своих границ, теперь ищут захватывающие впечатления, качественное жилье и исключительный сервис. Существуют стратегии, которые иностранные компании могут использовать, чтобы завлечь предприимчивого китайского туриста.

После трехлетнего перерыва в поездках за границу китайские туристы теперь жаждут качественных впечатлений, поэтому выходят за рамки традиционного шопинга и осмотра достопримечательностей, выражая живой интерес к развлечениям и экспериментальным предложениям. Тематические парки, культурные мероприятия, водные виды спорта, зимние виды спорта и шоу входят в число популярных мероприятий.

Ключевым моментом является предложить аутентичные впечатления, которые перекликаются с желанием туристов погрузиться в мир, сохраняя при этом нотку знакомства.

Социальные сети, особенно короткие видеоролики, стали основным источником вдохновения для путешествий для всех возрастных групп. Туристические направления извлекли выгоду из этой тенденции, запустив привлекательные короткие видеокампании, максимизируя охват и вовлечение.

Например, растущая тенденция прогулок по городу, когда исследование города осуществляется исключительно пешком, не только привлекла внимание местных жителей, но и вызвала значительный резонанс в различных платформах социальных сетей. Китайские пользователи сети широко используют эту форму экспериментальных путешествий, а компании могут использовать социальные сети, чтобы соответствовать их предпочтениям.

В целом, с 2023 года туризм в Китае уверенно возвращается, чему способствуют ключевые тенденции, которые свидетельствуют об изменении предпочтений туристов. Внутри страны более простые правила передвижения и более высокие доходы стимулируют местные путешествия. На международном уровне выездной туризм постепенно восстанавливается с упором на захватывающие впечатления и культурные открытия. Туристы Китая становятся все более технически подкованными, ища высокотехнологичные впечатления. Социальные сети имеют жизненно важное значение для эффективного взаимодействия с китайскими туристами. По сути, возрождение туризма в Китае многогранно: туристы стремятся к расширению впечатлений, цифровому участию и аутентичности. Компании, которые соответствуют этим предпочтениям и извлекают выгоду из внутренних и международных возможностей, вероятно, будут процветать в меняющейся туристической среде.

СПИСОК ИСТОЧНИКОВ

1. Technology Application in the Chinese Tourism Industry. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: https://www.researchgate.net/publication/358983431_Technology_Application_in_the_Chinese_Tourism_Industry – Дата доступа: 29.03.2024.

2. The evolution and new trends of China's tourism industry. [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://www.aimspress.com/aimspress-data/nar/2020/4/PDF/NAR-02-04-020.pdf> – Дата доступа: 06.04.2024.

3. Тенденции развития китайского выездного туризма. [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/tendentsii-razvitiya-kitayskogo-vyezdno-go-turizma/viewer> – Дата доступа: 17.03.2024.

РАЗДЕЛ 2. РЕГИОНАЛЬНЫЙ ТУРИЗМ И РЕКРЕАЦИЯ

Е. М. БУДНИК

Гродна, ГрДУ ім. Янкі Купалы

Навуковы кіраўнік – В. Г. Карнялюк, канд. гіст. навук, дацэнт, дацэнт

ТУРЫСТЫЧНЫ ПАТЭНЦЫЯЛ КАСТРЫЧНІЦКАГА РАЕНА ГРОДНА

Сёння Кастрычніцкі раён задзейнічаны ў турыстычнай індустрыі куды менш, чым Ленінскі. Абумоўлена гэта тым, што ў Кастрычніцкім раёне нібыта «няма аб'ектаў з турыстычным патэнцыялам». Аднак гэта не так, і мэта гэтага артыкула: паказаць, якія аб'екты у Кастрычніцкім раёне маюць турыстычны патэнцыял.

На прыклад, Францысканскі касцёл быў заснаваны ў 1635 годзе. Касцёл меў сваю бібліятэку, займаўся выдавецкай дзейнасцю і менавіта тут у 1748 годзе была выдадзена канстытуцыя Гродзенскага сейма. Францысканскі манастыр можна смела назваць «алігархам занёманскага фарштаду»: яму належалі частка фальварку Панямунь, вёска Кашэўнікі, замак у Гнойніцы, адзін з замкаў у вёсцы Ласосна і вёска Новікі і многія іншыя аб'екты. Кляштарны комплекс складаецца з касцёла, жылога комплексу і брамы. Мае асіметрычную кампазіцыю з-за асабістасцей рэльефу, Францысканскі манастыр з'яўляецца помнікам барока. Гэта трохнефная бязвежавая базіліка, якая мае ў складзе паўцыркульную апсідку, сакрысціі і хоры. Такім чынам, мы можам казаць, што Францысканскі кляштар і Касцёл Маці Божай Анёльскай з'яўляюцца турыстычнымі аб'ектамі з культурна-гістарычным патэнцыялам. Пры Францысканскім манастыры таксама знаходзяцца могілкі, якія прыбудаваліся да іх у 18 стагоддзі. З'явіліся яны з-за рашэння Камісіі Паліцыі Рэчы Паспалітай, якая ў 1791 г. загадала вывезці ўсе магілы за межы горада. На могілках ёсць нямала цікавых помнікаў і скульптур, якія адлюстроўваюць асаблівасці ордэна францысканцаў. Такім чынам, мы можам казаць аб патэнцыяле Францысканскага манастыра, Касцёла Маці Божай Анёльскай і францысканскіх могілках як у сферы рэлігійнага турызму [1, С. 4; 2, С. 4].

У канцы XIX стагоддзя правая частка Гродна і левая частка Гродна не былі звязаны мастом, а царквы на левым беразе Нёмана не было. Таму было прынятае рашэнне аб будаўніцтве царквы на левым беразе Нёмана. Па вонкавым і ўнутраным выглядзе сённяшняя Уладзіміраўская царква моцна адрозніваецца ад той, што была раней. Так, Уладзіміраўская царква – патэнцыйны аб'ект для культурна-пазнавальнага турызму.

У царкве шмат цікавых ікон, у тым ліку копія Іверскай іконы. Такім чынам мы можам казаць, што Ўладзіміраўская царква мае ўсе перадумовы стаць аб'ектам рэлігійнага турызму [3, С. 4].

Цікавым турыстычным аб'ектам можна назваць Новыя габрэйскія могілкі – Кіркут. Габрэйскія могілкі былі заснаваны ў XVIII стагоддзі. На ім размяшчаецца 2000 мацэваў. Тут пахаваны вядомыя рабіны: Аляксандр Зыскінд і Шымон Шкоп. У гэтай магіле ляжыць Георгій Хасід, апошні жыў палонны гета. Многія пліты ад старасці пайшлі пад зямлю. Надпісы на магілах зроблены на іўрыце і ідышы, але пераважна на іўрыце. Калі паднесці тэлефон з перакладчыкам, то можна ўбачыць пераклад гэтых надпісаў. Гэтае месца мае патэнцыял стаць аб'ектам рэлігійнага турызму [4, С. 4; 5, С. 4].

Рэлігійны турыстычны патэнцыял забяспечваюць не толькі вышэйпералічаныя аб'екты, але таксама і іншыя храмы, на прыклад Касцёл Найсвяцейшай Панны Марыі Міласэрнай, Касцёл Божай Міласэрнасці, Касцёл Беззаганнага Зачацця Дзевы Марыі, таксама на дадзены момант будуецца Капліца Святога Духа. Сярод цэркваў можна вылучыць Царкву Сабора Усіх Беларускіх Святых, Панцеляймонаўскі храм, Царкву Св. Ксеніі Пецярбургскай. У выніку ў Кастрычніцкім раёне мы можам вылучыць дзесяць аб'ектаў рэлігійнага турызму. Такім чынам, Кастрычніцкі раён мае пэўны рэлігійны патэнцыял.

Румлёўскі парк – гэта помнік садова-паркавай архітэктуры. Ён змяшчае рысы рэгулярнага і пейзажнага паркаў. Раней тут быў маёнтак, а да сённяшняга дня захавалася вежа. Мы можам казаць, што Румлёўскі парк мае патэнцыял для развіцця экалагічнага і культурна-пазнавальнага турызму [1, С. 4].

Таксама ў Кастрычніцкім раёне знаходзяцца і іншыя аб'екты экалагічнага турызму: сквер на Леванабярэжнай, парк Дзімітраўка, парк на Фолюшы, парк у гонар 75-годдзя Гродзенскай вобласці. Гэта значыць пяць аб'ектаў з патэнцыялам у развіцці экалагічнага турызму. Такім чынам, Кастрычніцкі раён мае патэнцыял для развіцця экалагічнага турызму. Фолюш узнік у XVIII па праекце Антонія Тызенгаўса. Тут і ў іншых месцах з Занямоння ён задумаў «Кунштат» («горад майстроў» з нямецкага). Антоній Тызенгаўс пабудаваў тут мануфактуры і іншыя вытворчасці. На тэрыторыі вёскі «Фолюш» размяшчаліся палатняныя вадзяныя млыны, якія звалі «фалюшамі». Такім чынам, раён Фолюш валодае культурна-пазнавальным патэнцыялам [7, С. 4].

У магнатаў Радзівілаў, дарэчы, быў маёнтак на Занямонні. Звалася яно Гнайніцай. Лічыцца, што ўжо на пачатку XVI ст. на месцы вёскі "Гнайніца" стаяў палац. Землі вёскі Гнайніца ў XIX ст. былі ў розны перыяд уладаннямі памешчыкаў К. Відацкага, В. Дзенеева, Э. Ажэшкі, Г.-Э. Вестберга. У аў. п. XIX ст. гнойніцкія маёнткі мелі розныя назвы: адно называлася «Пятроўка»,

а два іншых «Гнайніца». У 1964 г. в. Гнайніца была перайменавана ў «Вішнявец, а ў 2008 г. стала часткай горада [6, С. 4].

У 1782 годзе на замову Станіслава Аўгуста Панятоўскага была пабудавана каралеўская рэзідэнцыя «Аўгустова». Служыла яна каралю, па шматлікіх здагадках, у прыватных мэтах. Пабудавана яна па праекце італьянскага архітэктара Джузепе дэ Сака, якому належаць і іншыя праекты ў Гродне. Пасля ўваходжання трэцяга падзелу Рэчы Паспалітай рэзідэнцыя адышла Маўрыкію дэ Ласі. Гэты род валодаў маёнткам да 1939 года. Да нашых дзён з усяго комплексу захаваліся толькі будынак былой карчмы і капліца Святых Пятра і Паўла, якая была фамільнай магільным склепам роду дэ Ласі. Таксама з гісторыяй маёнтка «Аўгустова» можна азнаёміцца ў музеі «Аўгустовак: гісторыя і лёсы» пры сярэдняй школе нумар 15 імя Кабрышава. Такім чынам, гэтыя тры аб'екты валодаюць грандыёзным культурна-пазнавальным турыстычным патэнцыялам [8, С. 4].

У раёне вуліцы Ласосны ў часы ВКЛ і Рэчы Паспалітай жылі татары. Існуе таксама меркаванне, што ў Ласосне раней была мячэць. Па іншых звестках мячэць размяшчалася вышэй па цячэнні Ласасянкі, у раёне вёскі Каробчыцы. Такім чынам, вуліца Ласосна валодае некаторым этнаграфічным і культурна-пазнавальным патэнцыялам. Культурна-пазнавальным патэнцыялам у развіцці турызму валодаюць вуліцы Гагарына, Гарнавых, Гая, Дарвіна, Саламонавай, Лінейная, Леванабярэжная, Паповіча, Партовая, Перамогі, плошча савецкіх пагранічнікаў, Суровара, Фамічова, Краснапартызанская [1, С. 4].

Можна вылучыць «Помнік савецкім пагранічнікам», помнік Гарнавых, помнік Вользе Саламонавай, помнік Бертэлю, помнік Усаву, вязням лагера Шталаг-324, помнік байцам і камандзірам 85-й стралковай дывізіі. У агульнай складанасці мы можам вылучыць на тэрыторыі Кастрычніцкага раёна размяшчаецца сем аб'ектаў памятнага трызму [9, С. 4].

Тытуневая фабрыка з'яўляецца помнікам індустрыяльнага канструктывізму і з'яўляецца турыстычным аб'ектам з культурна-пазнавальным і вытворчым патэнцыялам. Патэнцыялам у развіцці культурна-пазнавальнага турызму ў Кастрычніцкім раёне валодаюць сорак тры аб'екты [1, С. 4].

Таксама вытворчым патэнцыялам у турызме валодае музей аўтобуснага парка, Музей Працоўнай Славы ААТ «Гродна Азот», абутковая фабрыка «Нёман», Гроднажылбуд, Контэ Спа, Малочны Свет. Такім чынам, у Кастрычніцкім раёне знаходзіцца сем аб'ектаў з патэнцыялам для развіцця вытворчага турызму [10, С. 4; 11, С. 4; 12, С. 4; 13, С. 4; 14, С. 5; 15, С. 5].

Такім чынам, Кастрычніцкі раён стаў засяляцца як паўнаватасны горад толькі ў мінулым стагоддзі, да гэтага тамака размяшчаліся вёскі, храмы і маёнткі. І тым не менш, мы можам казаць пра велізарны патэнцыял

у развіцці турызму ў Кастрычніцкім раёне, бо там размяшчаецца пяцьдзсят аб'ектаў турызму розных скіраванасцяў.

ВЫКАРЫСТАНЫЯ КРЫНІЦЫ

1. Вашкевіч, А.Ф. [і інш.] Біяграфія гарадзенскіх вуліц. Ад Фартоў да Каложы / Андрэй Вашкевіч. – Гродна: серыя «Гарадзенская Бібліятэка» – №17.

2. Занёманскія праваслаўныя і каталіцкія францішканскія могількі [Электронны рэсурс]. – Рэжым доступу: <https://harodnia.com/be/uczora/rasijskaja-impieriya/485-zaniomanskija-mohilki>. – Дата доступу: 09.03.2024.

3. Храм равноапостольного князя Владимира [Электронны рэсурс]. – Рэжым доступу: <https://orthos.org/khramy/kartochki-khramov/khram-ravnoapostolnogo-knyazu-vladimira/>. – Дата доступу: 10.03.2024.

4. Старое еврейское кладбище Гродно, которому более 200 лет. [Электронны рэсурс]. – Рэжым доступу: https://www.youtube.com/watch?v=9vFF_v67Ur0. – Дата доступу: 09.03.2024.

5. Этнакультурныя і прыродныя турыстычныя рэсурсы Гродзеншчыны і Сувальшчыны: энцыкл. давед. / рэд. В. Р. Карнялюк, І. І. Трацяк. – Гродна – Мінск, 2014. – 304. с.

6. История улицы Вишневец [Электронны рэсурс]. – Рэжым доступу: <https://myrealtor.by/news/58419.html>. – Дата доступу: 09.03.2024.

7. Краткий очерк истории района Фолыш [Электронны рэсурс]. – Рэжым доступу: <https://proza.ru/2010/03/25/1673>. – Дата доступу: 09.03.2024.

8. Усадыба і часовня «Августово» в Гродно [Электронны рэсурс]. – Рэжым доступу: <https://poshyk.info/avgustovo-grodno/>. – Дата доступу: 09.03.2024.

9. Памятник пограничникам [Электронны рэсурс]. – Рэжым доступу: <https://grodno.in/showplace/border-guard/>. – Дата доступу: 09.03.2024.

10. Гродно. Музей автобусного парка [Электронны рэсурс]. – Рэжым доступу: <https://transport-gazeta.by/grodno-muzej-avtobusnogo-parka/>. – Дата доступа: 09.03.2024.

11. Музей трудовой славы [Электронны рэсурс]. – Рэжым доступу: <https://azot.by/press-%D1%81entr/nasledie/>. – Дата доступу: 09.03.2024.

12. Экскурсия на ОАО Гродненская обувная фабрика «Неман» [Электронны рэсурс]. – Рэжым доступу: <https://gkeu.bks.by/ekskursiya-na-oaogrodnenskaya-obuvnaya-fabrika-neman/>. – Дата доступу: 09.03.2024.

13. Экскурсия для слушателей повышения квалификации [Электронны рэсурс]. – Рэжым доступу: <http://www.ghb.by/ru/tradeunion/belar/news/ekskursiya-dlya-slushatelej-povysheniya-kvalifikacii.html>. – Дата доступа: 09.03.2024.

14. Экскурсия для детей членов профсоюза СООО «Конте СПА» [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://grodno.1prof.by/news/ekskursiya-dlya-detej-chlenov-profsoyuza-soookonte-spa/>. – Дата доступа: 09.03.2024.

15. Промышленный туризм [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://milk.by/promyshlennyy-turizm/>. – Дата доступа: 09.03.2024.

Д.М. ИВАНЮКОВИЧ

Брест, БрГУ имени А.С. Пушкина

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

ТУРИСТИЧЕСКИЙ ПОТЕНЦИАЛ ГОРОДА КАМЕНЕЦ И ПУТИ ЕГО СОВЕРШЕНСТВОВАНИЯ

Каменец расположен в Брестской области в 20 км от Национального парка «Беловежская пуща», является городом с богатой историей, уникальной архитектурой, богатым культурным и природными наследием. Каменец был основан в XIII в. и обладает многочисленным достопримечательностями.

1. Историческое наследие.

Каменецкая башня – визитная карточка Каменца. Это оборонительное сооружение высотой 29,4 м, с толщиной стен – 2,5 м, наружным диаметром – 13,5 м. Основанием башни служит мощный фундамент, сложенный из бутового камня, пересыпанный чистым речным песком (высота фундамента – 2,3 м, толщина его стен – 3,7 м). Стены башни сложены из брускового бороздчатого кирпича темно-красного и желтоватого цвета. Башня в плане круглая, разделена на пять ярусов. Стены каждого яруса прорезаны бойницами. На четвертом ярусе башни, кроме бойниц, один большой изящный проем, под которым когда-то был балкон, построенный на консольных балках. Этот проем в XIII в. служил входом в башню. Для посетителей музея предлагаются экскурсия «История г. Каменца и Каменецкой башни» (по пяти залам музея) (6+); экскурсия «Архитектурные памятники г. Каменца» на смотровой площадке башни, где почти с 30-метровой высоты можно увидеть город и его окрестности; интерактивная экскурсия «Путешествие в средневековье»; квест-экскурсия «Загадки моего города» (6+); музейная игра-занятие «Меткий стрелок» (6+). 3D очки демонстрируют программы виртуальной реальности панорамы древнего Каменца и осады города крестоносцами (события XIV в.) (6+) [1].

Свято-Симеоновская церковь была построена в 1912–1914 гг. и с тех никогда пор не закрывалась (даже в советские годы). Храм – образец псевдорусской архитектуры.

Костел святых Петра и Павла возведен в 1501 г. и был полностью перестроен в 1723 г. Деревянный храм имел кирпичный фундамент, различные элементы декора. В 1924 г. в здание попала молния, и оно сгорело. Новый кирпичный храм начали возводить в 1930-х гг., но в 1939 г. пришла советская власть, и костел не был достроен. Строительство современного костела началось в 1992 г. Сегодня костел действует и принимает прихожан [1].

Здание бывшей мельницы на жидком топливе было возведено в начале XX в. Здание и сейчас используется одним из местных предприятий. Мельницы на жидком топливе были своеобразной экзотикой для Беларуси.

Памятник князю Владимиру Васильковичу расположен перед церковью, по пути от башни к церкви. Скульптура изображает князя со щитом и стоящим рядом зубром. Временем основания Каменца считается 1276 г., когда в эти края попал волынский князь Владимир Василькович. Он приказал основать здесь город и назвать его Каменец. Возводить город князь поручил зодчему Алексе [1].

Братская могила – памятник жертвам Второй мировой войны и нацистского террора. Здесь похоронены советские солдаты и партизаны, погибшие во время освобождения города от фашистской оккупации. Могила является символом памяти и уважения к тем, кто пожертвовал своей жизнью за свободу и мир.

2. Природные достопримечательности.

Река Лесная протекает недалеко от города и берет свое начало возле деревни Угляны Каменецкого района в результате слияния рек Правая Лесная и Левая Лесная. Она является правым притоком реки Западный Буг.

Национальный парк «Беловежская пуща» находится в 20 км от города. В нем насчитывается более 892 видов древесных, кустарниковых и травянистых растений. Возраст многих деревьев достигает 500–700 лет. В пуще разработаны и промаркированы различные веломаршруты с отмеченными местами, где растут редкие виды флоры. В пуще обитают зубры (занесены в Красную книгу), фазаны, кабаны, лоси, волки, благородные олени, рыси, тарпаны, барсуки, бобры, куницы, орлы, дятлы. Некоторых редких представителей фауны можно посмотреть в вольерах [2].

У туристов есть возможность заняться *рыбной ловлей, катанием на лодках, полетать на самолете и мотопланере*. В Каменце находится лётно-технический комплекс ООО «Западное». Здесь можно заказать обзорную экскурсию на самолете АН-2 (т.н. «кукурузнике»). Такие самолеты в советские годы использовались в сельском хозяйстве. Также можно полетать на мотопланере SB-25F Falke. На АН-2 может летать группа людей, мотопланер рассчитан на одного пассажира.

3. Культурные мероприятия.

В Каменце проводятся различные культурные мероприятия. *Международный фестиваль средневековой культуры* – самый известный из них. Тут можно увидеть реконструкцию рыцарских турниров, театрализованные представления со средневековой музыкой [2].

Усадьба деда Мороза круглогодично функционирует в Беловежской пуще. В зимние месяцы в усадьбе живет еще и Снегурочка. Сюда съезжаются туристы из Беларуси, России, Украины, Польши, Литвы, Латвии, Казахстана, Китая и других стран. Усадьба занимает почти 15 га. Украшают территорию деревянные скульптуры сказочных персонажей и обитателей леса, огромная живая елка.

4. Гастрономический туризм.

Каменец известен своей кухней. Здесь можно попробовать традиционные белорусские блюда: драники, картофельные пирожки, мясное рагу. Город славится местными продуктами, такими как сыры и мед.

5. Агротуризм.

В Каменце и его окрестностях есть несколько вариантов размещения, которые подойдут туристам с разными бюджетами и предпочтениями.

Агроусадьба «Каменецкое затишье» расположена на окраине Каменца. Недалеко находится смешанный лес, река Лесная.

Агроусадьба «Пруска» в д. Пруска-Валгинова находится в уединенном месте. Рядом озеро и лес.

Агроусадьба «Беловежское поместье» находится в аг. Каменюки в непосредственной близости к туристической инфраструктуры Национального парка «Беловежская пуща» [2].

Как видим, Каменец обладает значительным туристическим потенциалом, есть возможность развивать различные виды туризма: исторический, экологический, познавательный, гастрономический и агроэкотуризм. Однако в этой сфере есть определенные недостатки:

- отсутствие бюджетных мест размещения (хостелов);
- недостаточная квалификация работников сферы туризма в плане языковой подготовки (особенно в агроусадьбах);
- слабая рекламная активность субъектов туризма (информация о возможностях полетов распространена недостаточно).

Поэтому для перспективного развития Каменецкой туристической дестинации необходимо реализовать ряд мероприятий:

- создать бюджетные объекты размещения (хостелы);
- повышать языковую подготовку сотрудников сферы туризма (организовать курсы по овладению английским языком);
- активизировать рекламную деятельность туристических субъектов и расширить диапазон рекламных носителей.

СПИСОК ИСТОЧНИКОВ

1. Каменец – город Брестской области Беларуси. Исторические и архитектурные памятники [Электронный ресурс]. – Режим доступа: vedaj.by. – Дата доступа: 18.02.2024.

2. Не только башня. 17 объектов, которые нельзя пропустить в Каменце / Планета Беларусь [Электронный ресурс]. – Режим доступа: planetabelarus.by. – Дата доступа: 19.02.2024.

А. А. ИГНАТЧУК

Брест, БрГУ им. А.С. Пушкина

Научный руководитель – О. В. Токарчук, канд. геогр. наук, доцент

ВОДНЫЕ ОБЪЕКТЫ ГОРОДА БРЕСТА И ИХ РЕКРЕАЦИОННЫЙ ПОТЕНЦИАЛ

Природные рекреационные ресурсы – это сочетание элементов и явлений окружающей среды, они используются для различных удовлетворений потребностей людей в отдыхе, туризме, лечении, а также для удовлетворения физических, эстетических и познавательных потребностей. Водные рекреационные ресурсы рассматриваются как совокупность водных объектов (водотоков и водоёмов) с благоприятными для различных видов рекреационной деятельности характеристиками (ресурсные, режимные и качественные). Водотокам и водоемам принадлежит особая роль в организации отдыха населения, это связано с тем, что они обладают большими возможностями для занятий различными видами спорта, эстетически воздействуют на туристов живописными местами. Купание является наиболее распространенным видом отдыха на побережье водных объектов в летний период, кроме этого, принятие солнечных и различного рода ванн, парусный и водно-моторный спорт, катание на лодках и водных лыжах также относятся к водной рекреации.

На территории города Бреста находится большое количество водных объектов, которые используются для отдыха. Город расположен на правом берегу реки Западный Буг. Также через территорию города протекает река Мухавец, которая делит город на две части, а затем в пределах Брестской крепости она впадает в Западный Буг (рисунок 1).

В городе Брест, имеется два крупных канала – Гребной канал и Обводной канал Брестской крепости (рисунок 2). Брестский гребной канал – это водный канал, имеющий комплексное назначение, используется в соревновательных целях, либо других видах рекреации. Вода в Обводном канале Брестской крепости стоячая, из-за того, что неисправна шлюзовая

система, которая перемещала воду. Сейчас канал практически не используется.



а) Мухавец



в) Западный Буг

Рисунок 1 – Реки в пределах Бреста

Помимо водотоков на территории города находится большое количество естественных и искусственных водоемов. К естественным водоемам относятся старичные озера, расположенные в поймах основных рек. Большая часть городских водоемов представляет собой антропогенные объекты. Наиболее крупные из них имеют свои названия (Зеркалка, Вычулки, Большие Сои и другие). Водоем Зеркалка имеет природно-антропогенное происхождение, находится в микрорайоне Вычулки. Водоем Вычулки превосходит все другие водоемы по всем характеристикам кроме длины береговой линии. Водоем «Большие Сои» расположен на западе города Бреста, в пойме реки Мухавец.



а) Гребной канал



в) Обводной канал Брестской крепости

Рисунок 2 – Каналы в пределах Бреста

Также в пределах Бреста находится родник, который является местным гидрологическим памятником природы «Брестская родниковая струга». Он также может использоваться для развития рекреации.

Под туристическим потенциалом водных объектов, подразумевается важность аспекта и развития туризма, который зависит в первую очередь от природных факторов. Водотоки и водоёмы являются перспективными объектами развития природного рекреационного потенциала, позволяющими сочетать различные комбинации видов и форм отдыха в пределах территории одного водного объекта. Наибольшим туристическим потенциалом водных объектов Бреста обладает река Мухавец, Гребной канал, водохранилища Малые и Большие Сои, Красный Двор, Вычулки.

Работа выполнена при финансовой поддержке Министерства образования Республики Беларусь (студенческий грант на 2024 год)

А.Ю СКЕМИШ

Брест, БрГУ имени А.С. Пушкина

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

СЕМЕЙНЫЕ ПУТЕШЕСТВИЯ КАК ПЕРСПЕКТИВНОЕ НАПРАВЛЕНИЕ РАЗВИТИЯ ТУРИЗМА В МИНСКОЙ ОБЛАСТИ

Семейные путешествия становятся все более популярным видом отдыха среди современных туристов. Это прекрасная возможность провести время вместе, наслаждаясь новыми впечатлениями и обогащаясь яркими воспоминаниями. В Минской области, что находится в самом центре Беларуси, есть множество уникальных возможностей для организации незабываемых семейных поездок. С ее разнообразными природными ландшафтами, культурными достопримечательностями и всевозможными развлечениями, Минская область становится идеальным местом для отдыха всей семьей.

Минская область обладает уникальными природными и культурными достопримечательностями, которые могут заинтересовать как взрослых, так и детей. Разнообразие предложений для семейных путешествий в Минской области позволяет создать интересные и насыщенные программы для отдыха всей семьи.

Объекты удовлетворяющие запросы семьи в отдыхе в Минской области можно разделить по категориям:

- Природные достопримечательности;
- Исторические и культурные объекты;
- Активный отдых и развлечения;
- Отдых в сельской местности;
- Этнокультурные комплексы;
- Лечебно-оздоровительный отдых;

- Спортивные комплексы и базы отдыха.

Одним из ключевых преимуществ семейных путешествий является возможность проведения времени вместе, укрепления семейных уз и создания незабываемых воспоминаний [1]. В Минской области существует множество природных достопримечательностей, агротуристических усадеб, этнокультурных комплексов, гостиниц, спортивных комплексов и баз отдыха, которые специализируются на приеме семейных гостей и предлагают разнообразные развлекательные и образовательные программы для детей и взрослых. Кроме того, Минская область предлагает множество возможностей для активного отдыха на свежем воздухе. Парки, заповедники, озера и реки создают отличные условия для пеших и велосипедных прогулок, пикников и экскурсий. Для любителей экстремальных видов спорта также есть множество возможностей – от альпинизма и парапланеризма до водных видов спорта.

Семейные путешествия в Минскую область могут быть организованы с учетом интересов и предпочтений каждого члена семьи. Для детей можно предложить разнообразные развлекательные программы, такие как посещение парков аттракционов, зоопарков, музеев и интерактивных выставок. Для взрослых же можно организовать экскурсии по историческим и культурным достопримечательностям, дегустации местных продуктов и участие в мастер-классах по национальной кухне.

Семейные путешествия также могут стать отличной возможностью для общения и укрепления отношений между родителями и детьми. Вместе с тем можно провести время на природе, устроить пикник или организовать спортивные мероприятия, чтобы создать незабываемые воспоминания и укрепить семейный дух.

Туризм играет важную роль в экономике Минской области, способствуя развитию местных предприятий, созданию рабочих мест и привлечению инвестиций. Развитие семейного туризма в Минской области имеет стратегическое значение, поскольку это способствует увеличению туристического потока, улучшению инфраструктуры и повышению уровня сервиса. Создание специализированных программ для семейных туристов, развитие детских клубов и анимационных программ, а также улучшение качества сервиса в гостиничном секторе – все это может способствовать привлечению новых посетителей и увеличению туристического потока в Минскую область.

Минская область предлагает разнообразные варианты размещения для семейных путешественников – от комфортабельных отелей до уютных гостевых домов и агротуристических усадеб. Многие из них имеют специальные условия для проживания с детьми, а также предлагают

дополнительные услуги, такие как анимационные программы, детские игровые комнаты и специальное меню для детей.

Существуют следующие перспективы организации и продвижения туристических путешествий, связанных с семейным отдыхом в Минской области:

- создание уникальных туристических объектов для семей;
- создание условий и предоставление услуг в путешествии для беременных женщин и женщин с младенцами;
- работа с семьями через школы, детские сады и т.д. с целью организации воспитательной и культурной деятельности;
- изменение законодательной базы, внесение в неё правок для семей и организации семейного отдыха;
- перспективы формирования специальных условий организации (рекламные компании и маркетинговые исследования, направленные на привлечение семейных туристов в Минскую область, персонал со специальным подходом к семьям с детьми и т.п.);
- сотрудничество объектов семейного туризма с туристическими агентствами и туроператорами для продвижения специализированных семейных туров и пакетов услуг на рынке семейного туризма;
- в современных условиях, когда белорусы не готовы тратить много денег на семейный отдых перспективными становятся такие направления туризма как: агроэкотуризм или сельский туризм, экологический туризм, спортивный туризм, познавательный туризм и оздоровительный туризм.

Семейные путешествия в Минской области представляют значительную долю от общего объема туристических поездок. Здесь предлагаются разнообразные возможности для семейного отдыха и путешествий. Это может включать исторические и культурные объекты, отдых в сельской местности, этнокультурные комплексы, лечебно-оздоровительный отдых, спортивные комплексы и базы отдыха, активный отдых и развлечения.

Это указывает на потенциал развития данного сегмента и возможность увеличения его привлекательности для туристов. Использование уникальных туристических ресурсов Минской области, чётко разработанная стратегия маркетинга и привлечение инвестиционной поддержки от государства в том числе, позволит семейному туризму в Минской области развиваться с большей интенсивностью.

СПИСОК ИСТОЧНИКОВ

1. Чудновский, А.Д. Управление индустрией туризма в современных условиях. – Москва: «КноРус», 2015. – 30 с.

В.А. СОРОЧИНСКАЯ

Брест, БрГУ имени А.С. Пушкина

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

МЕСТО И РОЛЬ ЭКОПАРКОВ В РАЗВИТИИ ТУРИЗМА РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ (НА ПРИМЕРЕ ЭКОПАРКА «АКВАРЕЛЬ»)

Жизнь в больших городах вызывает у человека регулярный стресс: непрерывный поток информации, психологические и физиологические нагрузки. Поэтому люди ищут потребность в комплексном отдыхе на природе, подальше от негативной информации, ограничений и болезней. Усталость от повседневной рутины вызывает необходимость в комфортном восстановлении здоровья на природе. Главными условиями такого отдыха являются: за чертой города, минимальные затраты по времени и финансам, а также возможность семейного отдыха с детьми. Отличным решением проблемы стали создание «экопарков».

На сегодняшний день отчётливо можно проследить тенденцию строительства экопарков во всем мире. Экопарк – это новейший бизнес-формат развития экологического туризма, как правило, строящийся в живописных местах с развитой инфраструктурой и представляющий собой совокупность стартапов, которые связаны с экологическими технологиями экологического туризма, образовательной сферы, производства и бизнеса. Существуют экопарки, которые не ограничивают себя экологическими рамками. Такие парки занимаются прикладными науками и реализацией бизнес-проектов в данной сфере. Как правило, они расположены на базе учебных заведений. Отличительная черта экопарков – это активное взаимодействие человека с природой, с внедрением «зелёных» технологий в городскую и деревенскую жизнь, а также на территории испытывают новейшие технологии, которые могут быть полезны человеку в будущем.

Существуют различные направления формирования функциональных зон экопарков:

- зона экологического земледелия, которая позволяет получать экологически чистый урожай без химического воздействия;
- зона экологического транспорта, где можно передвигаться только на велосипедах или иных экологических видах транспорта;
- зона альтернативной энергетики, где находятся ветряные мельницы, солнечные панели и другие экологически чистые энергосберегающие ресурсы.
- зона экологической жилой застройки, где созданы жилые дома то технологии «экодом», организована правильная обработка земельных участков, отдельный сбор мусора на территории, правильная утилизация и переработка.

Свою популярность экопарки приобрели в 2009 г. после проведения «Всемирно экономического форума в Давосе», где было решено, что единственным путем развития человечества является переход государств и частных компаний на зеленую экономику. Результатом стало пропагандирование идеи развития экопарков многими странами мира. Примерами служит начало строительства грандиозного экопарка «Великая Зеленая стена» (Китай), «Экопарк в Суздалье» (Россия), экопарки в Швеции, Бразилии и Южной Корее.

В Республике Беларусь ярким примером экопарка служит центр экологического туризма «Станьково», где расположены экотропы, площадки для наблюдения за животными, конеферма, аттракционы и военно-исторические комплексы «Партизанский лагерь» и «Минский укрепрайон». В 85 км. от данного экологического центра располагается загородный экопарк «Акварель».

Экопарк «Акварель» – это уникальный архитектурно-ландшафтный парк, расположенный в 60 км. от Минска, в г. Марьино Горка Пуховичского района Минской области. Миссия экопарка: синтезирование и внедрение научных разработок в области экологичного использования природных ресурсов и продовольственной безопасности, пропагандирование экологичного и здорового образа жизни и передача накопленного опыта будущим поколениям.

Экопарк «Акварель» – это 168 га зеленой, благоустроенной, охраняемой территории, оборудованной автостоянками, к которой ведет прямая асфальтированная дорога. Экопарк представляет собой комплекс тематических площадок: магазин «Form Market», где продаётся продукция, выращенная на территории парка, без применения химических удобрений; конный клуб; пивоварня; дегустационный зал и пиццерия; питомник; коттеджи; зоопарк и вольеры с оленями; баня на озере и на плаву; апидомики; пляж; верёвочный городок; лодочная станция; типи-городок; кемпинг; шатры для проведения мероприятий.

Удивительным объектом, находящимся в составе экопарка, однако огороженным и недоступным для посещения является станция «Юнилайт» или ЭкоТехноПарк «SkyWay», где представлен транспорт будущего – юнибусы, которые будут передвигаться по высокоскоростной подвесной трассе. На сегодняшний день такая трасса действует только в Шардже (ОАЭ). Проект был придуман в 2014 г. группой компаний SkyWay ЗАО «Струнные технологии», президентом которой является А.Э. Юницкий. Именно он вынашивал идею линейного города, где человек будет жить в согласии с природой, которая постепенно реализуется на территории экопарка «Акварель».

Основной задачей экопарка является развитие различных направлений экотуризма, рыбалки и семейного отдыха. Для рыбаков есть 9 озер, где

водиться более 15 видов рыб. Приходить рыбачить можно со своим снаряжением, либо взять удочки, прикорм и садки на месте.

Одним из направлений деятельности экопарка является обучение. Можно взять кулинарные мастер-классы в пиццерии и дегустационном зале, а также уроки верховой езды в конюшне.

Экопарк имеет экзотическую и уникальную возможность предоставить своим гостям пожить внутри пчелиной семьи в «аппидомиках».

На сегодняшний день на территории экопарка ведется активная сельскохозяйственная деятельность: посажен фруктовый сад, на крышах зданий расположились уникальные теплицы, произведена рекультивация земель, непрерывно работают исследователи над повышением плодородия почв за счет внедрения органических систем земледелия. Специалисты экопарка занимаются научными разработками уникальных почв, значительно увеличивающих содержание гумуса в почве, тем самым восполняя ее биоресурсы и повышая урожайность сельскохозяйственных культур.

Экопарк «Акварель» функционирует в рамках многих направлений деятельности современных экопарков: зона экологического транспорта, земледелия и технологии «экодом». В экопарке найти развлечения по душе сможет любой: любители рыбной ловли, бани, активного отдыха и прогулок, родители и дети, взрослые и молодежь. Есть возможность посидеть у костра, пожить в палатках и индийских типи, подышать чистым воздухом и отведать блюда из выращенных здесь же продуктов.

Можно сделать вывод, что экопарки направлены на разрешение острых для современного общества проблем экологии и энергосбережения. В связи с этим повышается спрос на различные виды экологического туризма, направленные на защиту человека от его же вредного воздействия на окружающую среду.

СПИСОК ИСТОЧНИКОВ

1. Электронный научно-популярный журнал «Magellan» [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://magellan.pro/>. – Дата доступа: 23.03.2024.
2. Экопарк Акварель [электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://aquarellepark.by/>. – Дата доступа: 23.03.2024.

Д.В. СТЕПАНЕНКО

Минск, БГУ

Научный руководитель – Л.О. Сушкевич, канд. геогр. наук

ФАКТОРЫ ФОРМИРОВАНИЯ ТУРИСТСКОГО ОБРАЗА НОВОГРУДСКОГО РАЙОНА

Туристский образ территории во многом определяет ее привлекательность для посещения и играет важную роль в продвижении туристской дестинации, что, в конечном счете, влияет на объем туристских потоков. Это обуславливает актуальность исследования факторов формирования туристского образа.

Объектом для исследования был выбран Новогрудский район, т.к. в настоящее время он является одним из активно развивающийся туристических центров, обладает уникальными природно-рекреационными ресурсами и богатым историко-культурным наследием, что способствует развитию многих видов туризма, основными из которых являются познавательный, религиозный, агроэко- и спортивный туризм. Новогрудский район является популярной туристской дестинацией среди жителей Беларуси, а также пользуется популярностью у иностранных туристов, о чем свидетельствуют следующие данные: в 2019 г. в гостиницах и аналогичных средствах размещения Новогрудского района принято 7,8 чел., из которых 6,8 чел. – граждане Республики Беларусь. Кроме того, количество транзитных экскурсионных туристов оценивается в 50 000 человек в год. Всего можно выделить 5 основных сегментов потребителей турпродукта дестинации (рисунок 1).

Среди объективных факторов формирования туристского образа выделяется группа базовых факторов, которые действуют на всех этапах формирования туристского образа Новогрудского района. К ним относятся транспортно-географическое положение, природный, социально-экономический, историко-культурный потенциал, а также развитие туристской инфраструктуры.

Транспортно-географическое положение. Новогрудский район размещен на востоке Гродненской области, граничит с Кореличским, Дятловским, Лидским и Ивьевским районами Гродненской области, Барановичским районом Брестской области и Столбцовским районом Минской области. Расположен в 162 км к востоку от города Гродно, в 22 км от железнодорожной станции Новоельня на линии Лида-Барановичи. Автомобильные дороги соединяют Новогрудок с Барановичами, Ивьем, Лидой, Миром, Несвижем, Дятловом, Новоельней.

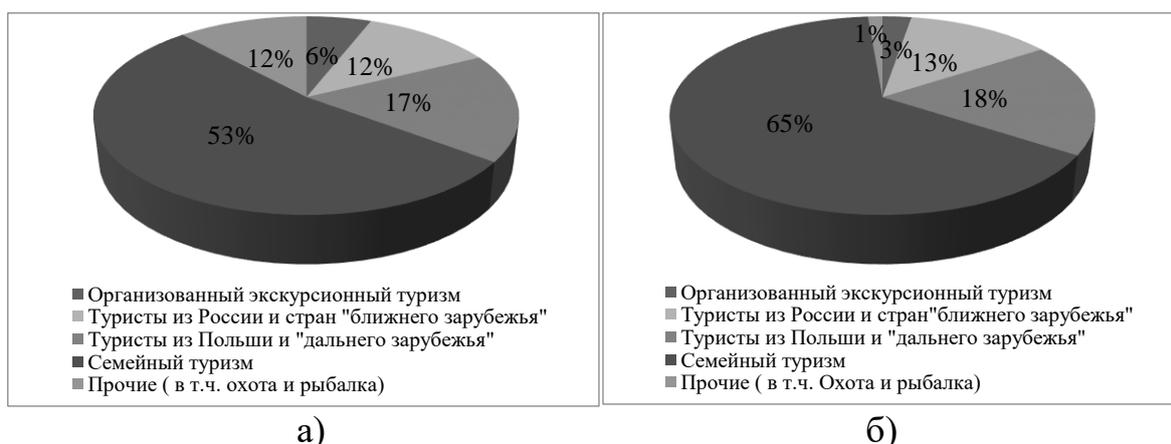


Рисунок 1 – Структура потребителей турпродукта Новогрудского района:
 а) удельный вес туристов, осуществляющих 1 или более ночлегов в дестинации,
 б) удельный вес лояльных посетителей (повторно посещающих дестинацию), 2019 г.
 (составлено автором по [2])

Непосредственно сам г. Новогрудок входит в одну из систем туристских трасс национального значения Несвиж-Мир-Новогрудок-Лида, позволяющих создать кольцевые маршруты и включить его систему туризма Беларуси, как территорию с ценным туристско-рекреационным потенциалом, расположенную в стороне от главных транспортных магистралей страны.

Природный потенциал. Новогрудский район входит в Лидско-Новогрудский рекреационно-туристический район [1]. Большую часть района занимает Новогрудская возвышенность, вдоль Немана – Верхненеманская низменность. На территории района расположены ландшафтные заказники республиканского значения: Новогрудский, Свитязянский и Налибокский (частично), также имеются три биологических заказника местного значения: Вселюбский, Извенский, Графская Пуща (рисунок 2). Памятниками природы местного значения являются гора Каплица, Рутковский пригорок, два валуна Лукинские, Большой камень Гердовский.

Социально-экономическое развитие. В районе наблюдается тенденция сокращения численности населения из-за миграции молодежи и трудоспособного населения в более крупные территориальные центры, а также из-за низкой рождаемости: так, за период 2019–2022 гг. население в районе сократилось на 3% с 42,3 до 41,1 тыс. чел.

В экономическом отношении Новогрудский район имеет промышленно-аграрную специализацию. Традиционными экспортными продуктами на внешний рынок являются масло животное, сухое обезжиренное молоко, баллоны газовые бытовые и газобаллонные системы для автомобилей, счётчики газа, рыба копчёная, солёная и плодоовощная консервированная продукция. Главным торговым партнером организаций района является Российская Федерация.



Рисунок 2 – Природные объекты Новогрудского района
(составлено автором по [1])

Историко-культурный потенциал. Для экскурсионного показа используются следующие культурно-исторические объекты, расположенные в Новогрудке: Фарный костел, Борисоглебская церковь, Николаевская церковь, Костел Михаила Архангела, Гора Миндовга, Руины замка, Мечеть, Церковь Святого Казимира во Вселюбе, Мечеть в деревне Ловщины (рисунок 3).

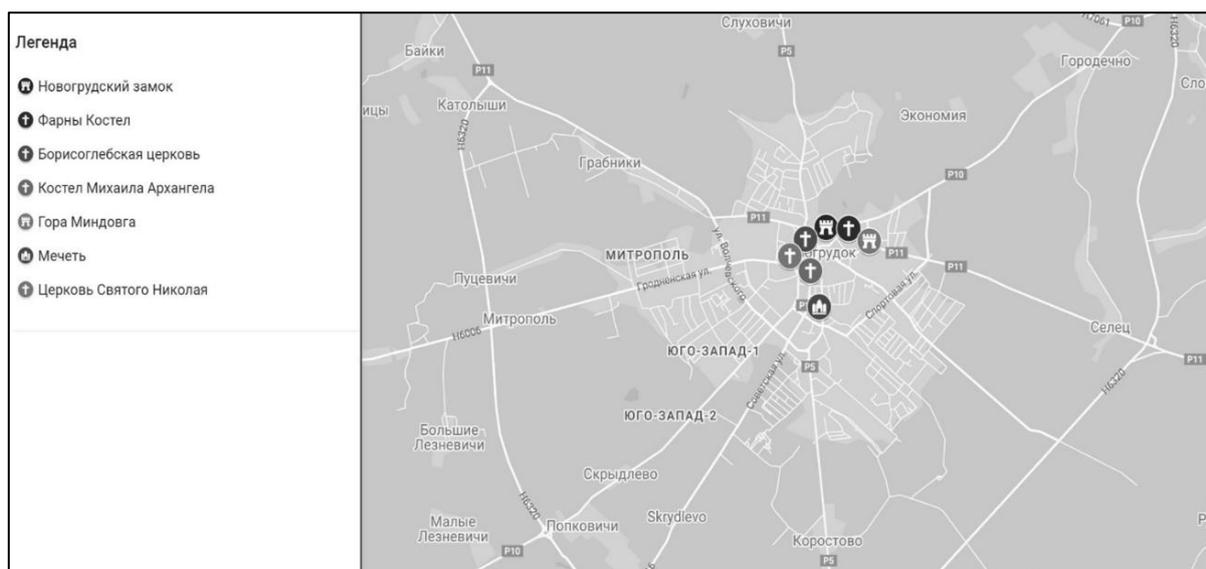


Рисунок 3 –Историко-культурные достопримечательности г. Новогрудка
(составлено автором по [1])

Развитие туристской инфраструктуры. Анализ «туристической потребительской цепочки» демонстрирует наличие всех необходимых звеньев в дестинации. Здесь имеется 9 агроусадеб, дом охотника, гостиницы в г. Новогрудок (таблица 1), кафе и рестораны, туристско-информационный центр, туристическая фирма «Новогрудок-тур», Новогрудский историко-краеведческий музей, дом-музей Адама Мицкевича, музей еврейского сопротивления, краеведческий музей Любчанского края, биатлонно-спортивный комплекс, Центр ремесел в Новогрудке и др. Перечисленные субъекты хозяйствования могут обеспечить формирование и продвижение турпродукта в дестинации, однако их неравномерное размещение: сконцентрированность в г. Новогрудке, обуславливает необходимость территориальной деконцентрации туристской инфраструктуры для интенсификации развития туризма на остальной территории района за пределами райцентра.

Таблица 2 – Динамика отдельных показателей развития туристической сферы в Новогрудском районе, 2019–2022 гг. (составлено автором по [2])

Показатели	Годы			
	2019	2020	2021	2022
Число организаций, осуществляющих туристическую деятельность, единиц	4	4	4	3
Число гостиниц, единиц	4	4	5	5
Единовременная вместимость гостиниц и аналогичных средств размещения, мест	78	78	99	102

Анализ факторов, способствующих формированию туристского образа Новогрудского района, позволяет судить о привлекательности складывающегося туристского образа данной дестинации. Существующие возможности для развития туризма, характеризующиеся благоприятным сочетанием природно-ландшафтных, социально-экономических и историко-культурных факторов, позволяет развивать и совершенствовать различные формы туризма и культурно-познавательного отдыха в районе.

СПИСОК ИСТОЧНИКОВ

1. Туризм / Новогрудский районный исполнительный комитет [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://novogrudok.grodno-region.by/ru/turizm-ru/> – Дата доступа: 01.04.2024.
2. Туризм // Национальный статистический комитет Республики Беларусь [Электронный ресурс]. – Режим доступа: [https://www.belstat.gov.by/ofitsialnaya-statistika/realny-sector ekonomiki/ turizm /](https://www.belstat.gov.by/ofitsialnaya-statistika/realny-sector-ekonomiki/turizm/) – Дата доступа: 02.04.2024.

А. А. ТОКАРЧУК

Брест, БрГУ имени А.С. Пушкина

Научный руководитель – Н.И. Сухонос, ст. преподаватель, маг. экон. наук

ТУРИСТСКО-РЕКРЕАЦИОННЫЕ РЕСУРСЫ ПОСТАВСКОГО РАЙОНА

Поставский район расположен в юго-западной части Витебской области на границе с Литвой. Площадь района составляет 2,2 тыс. км². В районе проживает более 48 тыс. человек. На территории района располагается 523 сельских пункта, городские поселки Воропаево и Лынтупы и районный центр – город Поставы с населением 19,8 тыс. чел. Район является одним из крупнейших сельскохозяйственных районов области Витебской области с развитой промышленностью, ориентированной на промышленную переработку производимого в районе сырья и обеспечение населения продуктами питания.

Благодаря большому количеству красивейших озер, таких как: Лучайское, Большие и Малые Швакшты, Большие Сурвилишки, Должа, Лодоси, Задевское, Свидно, Свита и другие, Поставский район, наряду с Браславским, является одним из живописнейших уголков Беларуси. Всего в Поставском районе находятся 115 озер, 16 водохранилищ, протекают 86 рек и ручьев.

Крупнейшей природоохранной территорией района является республиканский гидрологический заказник «Швакшты». Гидрологическая сеть заказника включает озера: Большие Швакшты, Малые Швакшты и верхнее течение реки Страча с притоками. В районе располагается часть ландшафтного заказника республиканского значения «Голубые озера» и часть Национальных парков «Нарочанский» и «Браславские озера». Наличие особо охраняемых природных территорий в районе является базой для развития экологического туризма.

В Поставском районе насчитывается 34 материальных объекта историко-культурного наследия, из которых 10 объектов относятся к памятникам археологии, 7 объектов к памятникам истории и 17 объектов к памятникам архитектуры. Наибольшую туристическую известность имеют архитектурный ансамбль бывшей Рыночной площади (1760–1780 гг.) и здание бывшего дворца Тызенгауза (1760 г.) в г. Поставы, а также Троицкий костел в д. Дуниловичи (1773 г.); Костел Святого Тадеуша в д. Лучай (1766 г.); Костел Святого апостола Андрея в г.п. Лынтупы (1914 гг.), а также костел Святого Иоанна Крестителя в агрогородке Камай (1606 г.), который является кандидатом на включение в Список Всемирного наследия ЮНЕСКО.

Поставы, расположенные на севере Беларуси, являются привлекательным туристическим центром. Город обладает богатой

историей, отраженной в архитектурных памятниках, таких как костел Святого Антония Падуанского, дворец Тызенгаузов и еврейское кладбище. Музеи города рассказывают о его прошлом и культуре [1].

Для популяризации историко-культурного наследия района разработаны различные культурно-познавательные маршруты с использованием автотранспорта и велосипедов. Программы экскурсий предлагают уникальную возможность погрузиться в историю и культуру Поставского района через увлекательные путешествия к различным объектам исторического значения. Например, маршрут «Край озер, костелов, парков» предлагает путешествие через несколько населенных пунктов, таких как д. Осиногородок, г.п. Воропаево, д. Дуниловичи, д. Лучай, д. Груздово, д. Маньковичи, г. Поставы, д. Камаи и г.п. Лынтупы, с общей протяженностью 90 км. Также среди интересных маршрутов района можно выделить «Жемчужины Поозерья», протяженностью 179 км, предлагающий путешествие через г. Глубокое, д. Удело, д. Мосар, д. Париж, д. Дуниловичи, д. Нарочь, г. Поставы и д. Камаи. Продолжительность данного маршрута – один день, тематика – культурно-познавательная, способ передвижения - автотранспортный.

Дополнительно в Поставах проводятся различные фестивали и мероприятия, такие как «Поставский конек», «Звіняць цымбалы і гармонік» и другие, привлекающие туристов. Также в Поставском районе предлагают необычное для Беларуси развлечение – поездку на страусиную ферму «Соловьиная роща». Деревня Озерки под Поставами – это необходимый пункт для посещения в рамках экскурсий по Беларуси с детьми. Здесь находится резиденция витебского Деда Мороза, Зюзи Поозерского. В его усадьбе каждую зиму проходят отмечания Нового года и Коляд по белорусским обычаям. А летом туристов ждут на фестивале народной музыки «Звіняць цымбалы і гармонік».

Поставский район является одним из пионеров в развитии агроэкотуризма. В настоящее время район занимает первое место по количеству агроусадьб (43 агроусадьбы). Это связано в первую очередь благоприятной экологической обстановкой, большим количеством озер и рек, обилием эстетически красивых пейзажей, наличием природоохранных территорий.

Поставский район стоит посетить, чтобы оценить величие и красоту природы, отдохнуть на свежем воздухе и пополнить багаж знаний на экскурсиях.

СПИСОК ИСТОЧНИКОВ:

1. Белорусский экскурсионный портал [Электронный ресурс] / Поставский районный краеведческий музей. – Режим доступа: <http://www.ekskursii.by/?museum=2038> . – Дата доступа: 29.03.2024.

В.А. УГЛЯНИЦА

Брест, БрГУ имени А.С. Пушкина

Научный руководитель – С.М. Токарчук, канд. геогр. наук, доцент

ИСТОРИКО-КУЛЬТУРНЫЕ ЦЕННОСТИ БРЕСТСКОЙ ОБЛАСТИ

Историко-культурные достопримечательности являются важной составляющей любого региона. Объекты историко-культурного наследия пользуются большой популярностью у туристов, а также являются предметом гордости у местных жителей. Историко-культурные достопримечательности территории чаще всего включаются в туристические маршруты и экскурсии. Среди историко-культурных достопримечательностей регионов в Республике Беларусь большую роль играют историко-культурные ценности.

В настоящее время изучению непосредственно историко-культурных ценностей конкретных территорий уделяется недостаточное внимание. Чаще всего их рассматривают в общем количестве как, официально признанные в Беларуси историко-культурные ценности рассматриваются в совокупности с малозначительными и недостаточно популярными объектами. Кроме того, списки подобных достопримечательностей чаще всего составляют сами исследователи, таким образом, они практически всегда являются неполными либо неконкретными.

Исследование историко-культурных ценностей в Беларуси проводятся либо на примере всей Беларуси (чаще всего это обзорные работы, где рассматриваются особенности размещения данных объектов по территории страны либо наиболее известные объекты), а также на примере отдельных территорий, чаще всего крупных городов (областные центры) либо исторических городов.

Таким образом, значительную актуальность приобретают работы, направленные на инвентаризацию и создание интерактивных баз данных и карт, которые будут содержать не только сведения о самих историко-культурных ценностях (название, фотографии, описания и др.), но и его абсолютно точное местоположение на карте. Размещение таких продуктов в сети Интернет позволит содействовать поддержке принятия решений при организации планов развития креативной экономики на данной территории, а также способствовать развитию ее туристического потенциала. Кроме того, составление полных инвентаризационных карт привлечет больше внимания к изучению и посещению малоизвестных и небольших историко-культурных объектов территорий. Для выполнения данных работ необходимо использовать современные технологии, в частности возможности облачных картографических платформ.

Чтобы сохранить историко-культурное наследие, необходимы не только желание отдельных личностей, но и соответствующая нормативная база.

Важную роль в деле сохранения историко-культурных ценностей является постановление Совета Министров Республики Беларусь, которым утверждено Положение об охране археологических объектов при проведении земляных и строительных работ. Данным документом фактически определена обязанность выполнения предпроектной археологической экспертизы территорий будущих строительных работ.

Историко-культурные ценности – это материальные объекты (материальные историко-культурные ценности) и нематериальные проявления творчества человека (нематериальные историко-культурные ценности), которые имеют выдающиеся духовные, художественные и (или) документальные достоинства и которым придан статус историко-культурной ценности.

Материальные и нематериальные объекты, которые относятся к историко-культурным ценностям, имеют большое значение для развития туризма как всей страны в целом, так и ее отдельных регионов (от административных областей до отдельных населенных пунктов). В Беларуси объекты историко-культурного наследия пользуются большой популярностью среди туристов, туристических групп и в особенности местных жителей. Также они играют огромную роль в исторической памяти страны, а также ее регионов.

Как выше уже было отмечено, историко-культурные ценности подразделяют на материальные и нематериальные.

Материальные историко-культурные ценности подразделяются на пять видов: заповедные места (Б); памятники археологии (В); памятники архитектуры (Г); памятники истории (Д); памятники градостроительства (Е); памятники искусства (Ж).

Также в реестре историко-культурных ценностей выделяется четыре категории данных объектов, они выделяются с учетом их основных свойств и обозначаются целыми числами:

«0» – объекты, которые включены или предложены для включения в Список всемирного наследия ЮНЕСКО;

«1» – уникальные объекты (художественные, эстетические, документальные и др.), которые имеют международное значение;

«2» – объекты, которые имеют республиканское значение и подчеркивают наиболее характерные особенности Беларуси;

«3» – объекты, которые представляют значимость для отдельных регионов страны и подчеркивают их характерные особенности, исторические аспекты формирования и самобытность.

Таблица 1 – Распределение историко-культурных ценностей по районам Брестской области

Районы	Все го	Категории				Виды				
		Юнеско	1	2	3	Архи- тек- туры	Археоло- гические	Истори- ческие	Градо- строе- ние	Иску- ство
г. Брест	33	1	6	6	20	23	2	4	1	3
Брестский	62	1	0	9	52	21	16	25	0	0
Барановичский	30	0	0	10	20	16	8	6	0	0
Березовский	27	0	0	3	24	11	5	11	0	0
Ганцевичский	16	0	0	0	16	8	7	1	0	0
Дрогичинский	54	0	0	6	47	23	8	23	0	0
Жабинковский	36	0	0	6	30	10	6	20	0	0
Ивановский	19	0	0	5	13	13	5	1	0	0
Ивацевичский	41	1	1	6	33	20	9	12	0	0
Каменецкий	68	1	1	10	56	35	11	22	0	0
Кобринский	69	0	0	13	56	39	15	13	1	1
Лунинецкий	19	0	0	2	17	10	6	3	0	0
Ляховичский	11	0	0	5	6	5	3	3	0	0
Малоритский	42	0	0	4	38	8	3	31	0	0
Пинский	39	0	1	18	21	22	14	2	0	1
Пружанский	74	0	0	7	67	33	5	36	0	0
Столинский	48	0	0	11	37	18	17	13	0	0

Кроме того, могут быть объекты «без категории» — это те ценности, которые входят в состав, комплексов, ансамблей, коллекций и т.д., но именно им отдельно не придавался статус историко-культурной ценности.

В пределах территории исследования встречаются объекты всех четырех категорий ценности. В Брестской области находится 4 объектов «0» категории ценности.

Во-первых, это Геодезическая дуга Струве (находится в Брестская область, Дрогичинский район, Ивано-Франковский район, Ивацевичский район); Комплекс фортификационных сооружений Брестской крепости (находится в городе Бресте); Троицкая церковь с колокольной (находится в Брестском районе); Каменецкая башня (находится в Каменецкий районе).

К «1» категории ценности относятся девять объектов. Среди них 6 объектов находятся в городе Бресте. Большинство из них принадлежит Брестской крепости и фортовым сооружениям. Так же в городе Бресте находится Косовский дворцово-парковый ансамбль. В городе Пинске находится Ансамбль бывшего францисканского монастыря за оградой и в Каменецком районе Троицкая церковь.

Ко «2» категории ценности относятся 121 объект. Наибольшее их количество находится в Пинском районе (18), наименьшее в Лунинецком.

В группе «3» категории ценности находится больше всего историко-культурных ценностей – 553 объекта. Очень сильно на фоне

административно-территориальных единиц выделяются Брестский, Каменецкий, Кобринский и Пружанский районы, в пределах каждого из которых находится более 50 объектов данной категории. Менее 15 объектов «3» категории ценности расположены в Ивановском и Ляховичских районах.

А.А. ФЕДОРКЕВИЧ

Брест, БрГУ имени А.С. Пушкина

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

ИСТОРИКО-КУЛЬТУРНЫЙ ТУРИЗМ ИВАЦЕВИЧСКОГО РАЙОНА: СОСТОЯНИЕ, ПРОБЛЕМЫ И ПУТИ ИХ РЕШЕНИЯ

Историко-культурный туризм – вид туризма, который совмещает в себе познавательные экскурсионные поездки вместе с посещением архитектурных, исторических и культурных знаковых мест. В Беларуси интересными историческими достопримечательностями являются замки, крепости, дворцовые ансамбли, родовые имения, храмы, монастыри, древние инженерные сооружения, музеи, этнические деревни.

Ивацевичский район обладает значительным туристическим потенциалом для развития военно-исторического, культурно-познавательного, ностальгического и событийного видов туризма. В районе имеется значительное количество знаковых достопримечательностей.

Дворец Пусловских (Коссовский замок) – памятник неоготической архитектуры XIX в. в г. Коссово. Реставрация во дворце началась в 2008 г. и продолжается в настоящее время. Данный объект включает экспозиционные залы с мебелью и предметами XVIII–XIX вв., ресторан, гостиницу. Дворец используется для свадебных фотосессий, выездной регистрации брака, банкетов. В преддверии Дня влюбленных один туристический портал Беларуси создал рейтинг самых романтичных мест страны, в котором Коссовский замок получил 2-е место. Во Дворце ежегодно проходит бал одаренной молодежи Брестской области [1].

Мемориальный музей-усадьба Тадеуша Костюшки находится в урочище Мерочевщина. «Оригинал» усадьбы был построен в 1720 г. отцом Тадеуша. В годы Великой Отечественной войны дом сгорел. В 2003 г. здесь начались раскопки, во время которых был найден подвал и фундамент старого здания усадьбы. На его основе построили дом по литографиям Михаила Кулеши и Наполеона Орды. В 2004 г. состоялось его открытие. Усадьба делится на две части: мемориальную и историческую. Первая включает в себя пять комнат: сени, кухню, комнату матери, рабочий

кабинет, гостиную. Каждое помещение обставлено мебелью XVIII–XIX вв., интерьер приближен к эпохе, в которой жил Костюшко [2].

Почтовая станция в д. Нехачево (1840 г.) – старейшая из гражданских построек, сохранившихся на территории Беларуси. Почтовые станции обычно возводили по типовому проекту, поэтому все они очень похожи. Стандартная структура почтовой станции включала небольшой отель, трактир, конюшню, ямскую и каретную. Станция в д. Нехачево особенная: тут были предусмотрены апартаменты для царственных особ. Таких станций было на территории Беларуси лишь несколько. Три здания станции относятся к позднеклассическому стилю, они соединены между собой переходами. Функции между строениями были распределены следующим образом: центральное здание – административный комплекс и жилье для постояльцев, боковые – для хозяйственных нужд и конюшни. Станция в д. Нехачево является исторической достопримечательностью республиканского значения. Сейчас здание используется как объект придорожного сервиса [1].

Мемориальный комплекс партизанской славы «Хованщина» создан в 1971 г. Он находится в урочище «Хованщина» возле д. Корочин. С 1998 г. это филиал Ивацевичского историко-краеведческого музея. Комплекс окружен болотами и канавами, к нему ведет один мостик. Он включает в себя две землянки и четыре домика: штаб партизанского соединения, редакцию газеты «Заря», обком комсомола, санчасть, «лесную школу». Ежегодно в последнее воскресенье мая в рамках встречи ветеранов и участников войны в урочище «Хованщина» проходит интерактивное действие с реконструкцией военных событий «Один день из жизни партизанского отряда» для гостей комплекса.

Дворовая усадьба Юндзилов – памятник архитектуры классицизма – сохранился в г. Ивацевичи. Юндзилы в Великом княжестве Литовском были известным магнатским родом, имели герб «Лебедь». Усадьба в Ивацевичах принадлежала магнатам с XVI в. Точных данных о времени постройки и об архитекторе этого оригинального в художественном и архитектурном плане дворца нет. Перед парадным входом был парк с прогулочными аллеями [1].

Дуга Струве – масштабный проект, начатый русским астрономом Фридрихом Георгом Вильгельмом Струве и представлявший собой систему из 265 триангуляционных частей – двухметровых каменных кубов, вкопанных в землю. Дуга была создана с целью определить ключевые параметры Земли как планеты: ее форму и размер. Строительство Дуги было начато в 1816 г. и продолжалось 40 лет. Часть дуги обнаружена в Ивацевичском районе. В Беларуси идут активные поиски других частей Дуги Струве. Многие из них безвозвратно утеряны, поскольку разрушились

с течением времени. Дуга Струве признана одним из величайших памятников достижений науки [1].

Фрагменты Огинского канала в д. Выгонощи, строительство которого велось в 1767–1783 гг. Через два озера – Выгонощанское и Вулька – он связал Ясельду (приток Припяти) со Щарой (притоком Немана). На реализацию этой идеи пинского мечника Матея Бутримовича потратили 12 миллионов злотых, большую часть расходов взял на себя великий гетман литовский Михал Казимир Огинский. Длина канала составила 54 км, использовался он для перевозки леса из бассейна Припяти на Балтику.

Несмотря на то, что историко-познавательный туризм в Ивацевичском районе имеет значительный потенциал для дальнейшего развития, он в настоящее время сталкивается с рядом проблем:

- недостаточное освещение историко-культурного наследия района в медиа- и туристических информационных ресурсах. Эффективными способами решения этой проблемы будут создание тематических видеороликов и их распространение в социальных сетях и других информационных ресурсах, распространение информации посредством брошюр, листовок, рекламных щитов;

- несовершенная туристическая инфраструктура (отсутствие разнообразных средств размещения и объектов питания для разных бюджетов туристов). Следует создать современные средства размещения и другие объекты обслуживания, рассчитанные на различные бюджеты;

- ограниченное количество маршрутов и экскурсий по историческим и культурным объектам района. Необходимо создать новые маршруты, основываясь на потребностях туристов, провести событийные мероприятия и фестивали, посвященные истории и культуре Ивацевичского края;

- отсутствие целостной маркетинговой стратегии в продвижении достопримечательностей района. Для этого можно предложить развитие туристических маркетинговых стратегий, включая участие в туристических ярмарках и выставках, создание тематических туров услуг для туристов.

Таким образом, сфера историко-познавательного туризма в Ивацевичском районе развивается динамично, данное направление в экономике района является перспективным. Для дальнейшего его совершенствования необходимо реализовать ряд мер: создать тематические видеоролики и распространить их на различных информационных ресурсах; создавать средства размещения и другие средства обслуживания, ориентированные на различные бюджеты туристов; сформировать новые маршруты по историко-культурным объектам; реализовать целостную маркетинговую стратегию в сфере продвижения исторических объектов.

СПИСОК ИСТОЧНИКОВ

1. Пять причин приехать в Ивацевичский район [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://planetabelarus.by/map/belarus/brestskaya-oblast/ivatsevichskiy-rayon/>. – Дата доступа: 15.03.2024.

2. Музей-усадьба Тадеуша Костюшко [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://ru.belarus.travel/landmarks/muzei-usadba-tadeusha-kostiushko>. – Дата доступа: 16.03.2024.

Т. Н. ЧУМАК

Белгород, ФГАОУ «Белгородский государственный национальный исследовательский университет» (НИУ «БелГУ»)

Научный руководитель – Т.Б. Климова, канд. экон. наук, доцент

ФЛАГМАНЫ ПРОМЫШЛЕННОГО ТУРИЗМА

В условиях изменившейся геополитической обстановки все регионы России предпринимают активные действия по развитию и продвижению своего туристского потенциала. На сегодняшний день, актуальным является вопрос развития промышленного туризма в отдельных регионах Российской Федерации. Учитывая, что промышленный туризм может стимулировать расширение масштабов делового туризма, результатом которого может стать привлечение инвестиций в регион, интерес к промышленному туризму со стороны экспертного сообщества и практиков вполне объясним.

В рамках написания данной статьи изучена специфика развития промышленного туризма в Белгородской области, на территории которой существует достаточное количество предприятий, готовых принимать посетителей, чтобы показать им свои производственные процессы. Экскурсионные программы на производство дают возможность по-новому посмотреть на работу предприятия, сформировать имидж компании и выйти на новые профессиональные площадки. Туристы желают получить уникальный опыт и увидеть изнутри, как работают предприятия и как производят основной продукт.

Белгородская область определила для себя два вектора работы: постоянное присутствие в федеральном информационном пространстве и работа на так называемый отложенный спрос.

Белгородская область – регион с развитой промышленностью и сельским хозяйством. Экономика региона базируется на колоссальных богатствах недр и уникальных чернозёмах. По разнообразию минерально-сырьевых ресурсов область занимает лидирующие позиции среди центральных областей России.

Так, в 2022 году Белгородская область вошла во II Всероссийский акселератор по промышленному туризму «Открытая промышленность», организованный Агентством стратегических инициатив совместно с Российской академией народного хозяйства и государственной службы при Президенте Российской Федерации при поддержке Министерства промышленности и торговли Российской Федерации. В региональную команду были включены 10 промышленных предприятий области. В феврале 2023 года прошел федеральный инспекционный тур, где региональная команда получила высокую оценку экспертов.

Предприятиями-участниками образовательной программы по промышленному туризму от Белгородской области в 2023 году стали: «Яковлевский горно-обогатительный комбинат», «Лебединский горно-обогатительный комбинат», «Оскольский электрометаллургический комбинат имени Угарова», «Чернянский сахарный завод», хлебозавод «Горхлеб», пивоваренная компания «Старая крепость», хладокомбинат «Бодрая корова», производство «Славный сыровар», завод «Борисовский сыр», кондитерская фабрика «Десертные истории».

Осенью 2023 года стартовала III Всероссийская образовательная программа по промышленному туризму «Открытая промышленность». К команде Белгородской области присоединились еще 9 предприятий, которые в будущем планируют открыть свои двери для туристов, среди которых: аквапарк «Лазурный», завод «Лимкорм Петфуд», ИП Фартучный (производство растительных и животных масел и жиров, мучных смесей и теста для хлеба и тортов), «Беласбестоцемент», «Белвино», типография «Константа», кондитерская фабрика «Славянка», компания «Форелевый рай».

Кроме самих предприятий в команду «Открытой промышленности» Белгородской области входят органы власти и региональные туроператоры. Все они максимально открыты к взаимодействию, новым проектам и ярким идеям. Именно слаженная совместная работа позволила увеличить количество туристов на промышленные предприятия региона за два года с 600 человек в 2022 году до 14 046 человек в 2023 году. (рисунок 1)

Нельзя не отметить, что в 2023 году Белгородская область стала центром компетенций по промышленному туризму в сфере металлургической и горнодобывающей промышленности.

Основным вопросом остается работа совместно с туристским сообществом по разработке новых механизмов продвижения промышленного туризма в регионе: организуются областные конкурсы, проводятся туры для федеральных туроператоров и экспертов туристической индустрии.

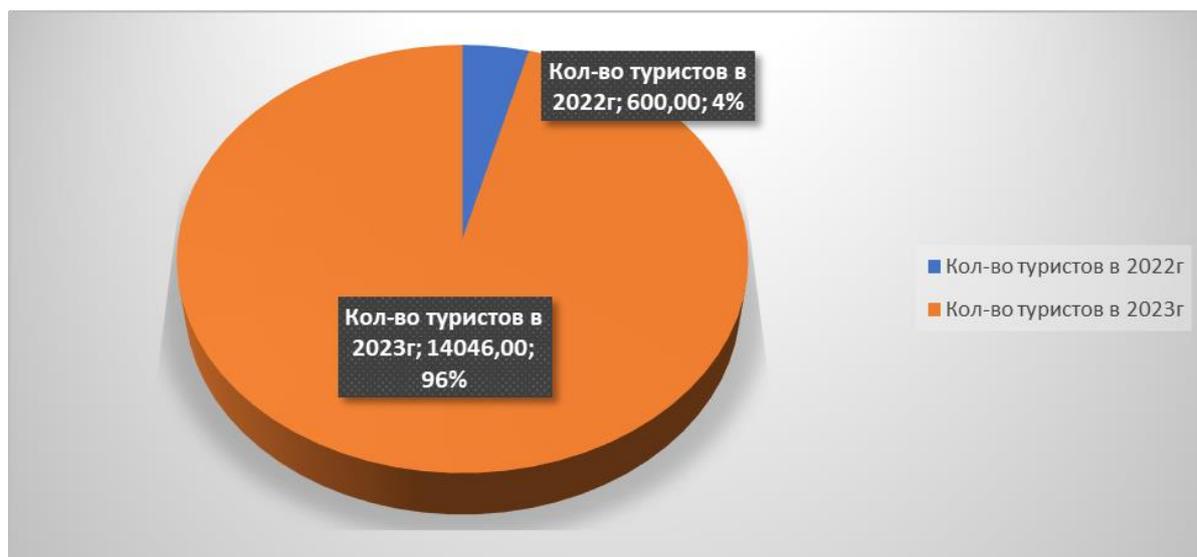


Рис.1. Динамика посещения промышленных предприятий в 2022-2023гг.

Имея такие предприятия в области, с уверенностью можно утверждать, что потенциал для развития промышленного туризма достаточный и он может стать новым импульсом динамичного развития. И даже сейчас, находясь в непростой ситуации, Белгородская область продолжает строить планы на будущее, чтобы каждый житель региона мог гордиться выпускаемой продукцией, а гости региона понять истинный масштаб уникальных производств.

СПИСОК ИСТОЧНИКОВ

1. Распоряжение Правительства Белгородской области от 20 сентября 2021 года № 444-рп «О создании областного государственного автономного учреждения «Центр туризма и гостеприимства Белгородской области» [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://belregion.ru/documents/?q=> – Дата обращения: 29.03.2023.

2. Информационный портал «Всероссийский Акселератор по промышленному туризму» [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://promtourism.online/>. – Дата обращения: 01.04.24.

3. Информационный портал «Открытая промышленность» – Всероссийская образовательная программа по развитию промышленного туризма [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://promtourism.online/accelerator-3> – Дата обращения: 04.04.24.

Е.А. ШАДРАКОВА

Могилев, ГУО «Средняя школа № 40 г. Могилева»

Научный руководитель – Е.В. Самойлова, учитель географии.

ОСОБЕННОСТИ РАЗВИТИЯ ТУРИЗМА ГОРОДА МОГИЛЕВА

Развитие туризма в Могилеве является актуальной задачей по ряду причин:

- укрепляет экономический потенциал. Туризм может стать одним из ключевых драйверов экономического роста Могилева, создавая новые рабочие места в сфере услуг, гостиничном бизнесе, транспортной сфере, а также способствуя развитию малого и среднего бизнеса. Привлечение туристов способствует увеличению налоговых поступлений в бюджет города, что позволяет финансировать социальные и инфраструктурные проекты;

- способствует социально-культурному развитию. Туризм стимулирует развитие культурной инфраструктуры, создание новых музеев, галерей, театральных площадок, что повышает уровень жизни горожан. Развитие туризма способствует популяризации историко-культурного наследия Могилева, повышению его узнаваемости и привлекательности как туристического направления. Туризм способствует диалогу культур и расширению международных связей, формируя толерантное и открытое общество.

В то же время, несмотря на богатый потенциал, Могилев пока недостаточно развит как туристический центр. Существуют проблемы с инфраструктурой, маркетингом, отсутствует четкая стратегия продвижения города как туристического направления. Изучение особенностей развития туризма в Могилеве поможет выявить ключевые проблемы, разработать эффективные решения для их преодоления.

Среди основных видов туризма в Могилеве можно выделить и проанализировать развитие следующих.

1. Историко-культурный туризм. Могилев богат историческими памятниками, архитектурными достопримечательностями, музеями, театрами, которые привлекают туристов, интересующихся историей и культурой (железнодорожный вокзал, драматический театр, «Могилевская подземка» и др.).

Основные проблемы: недостаточно развитая туристическая инфраструктура, отсутствие качественных туристических маршрутов, недостаток информации о достопримечательностях на русском и английском языках.

2. Религиозный туризм. В Могилеве находятся древние храмы и монастыри, которые привлекают паломников и туристов, интересующихся

религиозным наследием (Кафедральный костел Святого Станислава, Свято-Никольский монастырь, Дворец архиепископа Георгия Конисского и пр.). Развитие религиозного туризма ограничено дефицитом специализированных туристических услуг и маршрутов.

При этом отмечается недостаток информации о религиозных объектах на иностранных языках, отсутствие профессиональных гидов по религиозному туризму.

3. Экотуризм. Могилев расположен вблизи реки Днепр, окружен лесами и озерами, что создает благоприятные условия для развития экотуризма. Экотуризм в Могилеве находится в зачаточном состоянии, отсутствуют специализированные туристические маршруты и предложения.

4. Кулинарный туризм. Могилев славится традиционной белорусской кухней, которая представляет интерес для туристов (гастрономический фестиваль «Dranik-фест»). Развитие кулинарного туризма ограничено отсутствием специализированных туристических предложений и маршрутов, а также недостатком информации о традиционной белорусской кухне.

5. Корпоративный туризм. Могилев обладает некоторым потенциалом для развития корпоративного туризма, например, организации конференций и семинаров. Корпоративный туризм в Могилеве развивается недостаточно активно, отсутствуют специализированные услуги и предложения.

В настоящее время свои услуги гостям и жителям города предлагают 10 гостиниц, 2 хостела, более 90 баров, кафе и ресторанов, более 40 объектов туристического показа, в т.ч. 9 храмов, 6 музеев, более 30 объектов досуга, в том числе 2 театра, 6 кинотеатров, ночные и игорные клубы.

Приоритетными направлениями в работе по увеличению экспорта туристических услуг являются развитие событийного туризма, связанного с проведением крупных международных мероприятий, форумов, спортивных турниров и промышленно-экономического туризма.

Таким образом, развитие туризма в Могилеве имеет значительный потенциал, однако существуют проблемы с инфраструктурой, маркетингом и отсутствием четкой стратегии продвижения города как туристического направления. Необходимо проводить более глубокий анализ особенностей развития туризма в Могилеве, собирать и анализировать статистические данные, чтобы разработать эффективные рекомендации по его дальнейшему развитию.

А.А. ШКУЛИКОВА, А.Ю. МЕРЗЛОВА

Брест, БрГУ имени А.С. Пушкина

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

ТУРИЗМ В БРЕСТСКОЙ ОБЛАСТИ: СОСТОЯНИЕ И ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ

Брестская область является значимым туристическим регионом Беларуси, богатым культурными и природными достопримечательностями. Она имеет выгодное транспортное положение и занимает вторую позицию в республике после г. Минска по показателю приема организованных туристов (30% от общего туристического потока в республике).

Брестская область обладает значительным туристическим потенциалом для развития различных видов туризма: историко-культурного, агроэкотуризма, экологического, орнитологического, охотничьего, религиозного, ностальгического, спортивного.

Историко-культурный туризм предполагает ознакомление туристов с экспонатами Музея спасенных ценностей в г. Брест. Поскольку город приграничный, то местные таможенники иногда изымают у контрабандистов драгоценности, картины, иконы и прочие уникальные артефакты, которые и представлены в данном музее.

Произведения белорусских живописцев выставлены в Художественном музее.

Историко-археологический музей «Берестье» под стеклянным куполом демонстрирует археологические находки XI–XIV вв., которые дают представление об экономической и культурной жизни древнего города, занятиях его жителей [1].

Центром брестской культурной жизни является ул. Советская, где каждый вечер 17 газовых фонарей зажигает фонарщик в синем мундире.

В д. Скоки Брестского района действует музея-усадьба Немцевичей. В г. Пружаны восстановлен Пружанский палацик и торговые ряды.

В Брестской области имеется более 700 памятников из Государственного списка историко-культурных ценностей Республики Беларусь («Ружанская брама» в Пружанском районе – резиденция шляхецкого рода Сапегов, 6 пунктов геодезической Дуги Струве из 34 сохранившихся в мире, достопримечательности города Пинск – центра Припятского Полесья, дворец Пусловских и усадьба семьи Тадеуша Костюшко в Ивацевичском районе) [1].

В последние годы активно развивается новое направление в туризме – *военно-историческое*, в рамках которого туристы могут посетить символ города – Мемориальный комплекс «Брестская крепость-герой». Крепость

заложили в 1833 г. Здесь в 1941 г. состоялось одно из первых сражений на территории Беларуси с немецко-фашистскими захватчиками. В крепости ежегодно отмечается Победа советского народа в Великой Отечественной войне, проводятся военно-исторические реконструкции. Комплекс входит в международный туристический маршрут «Фортификационные укрепления мира». На территории действует Музей обороны крепости.

На территории Ивацевичского района проводится фестиваль «Выгонощанская фортеция» и встреча ветеранов партизанского движения и подполья времен Великой Отечественной войны, реализуется молодежный проект «Автостопом по местам военных операций освобождения Беларуси». Данной тематике посвящено 40 экскурсионных маршрутов.

Архитектурным памятником XIII в. является Белая Вежа – оборонно-сторожевая башня высотой 35 м в г. Каменец (40 км от г. Бреста).

Религиозный туризм предполагает знакомство туристов с церквями и костелами разных стилей и эпох (белый костел Воздвижения Святого Креста в стиле позднего классицизма, Троицкий костел в д. Чернавчицы XVI в., Свято-Николаевский и Свято-Симеоновский соборы в византийских традициях, Спасо-Преображенский монастырь в д. Хмелево в стиле классицизма с элементами барокко, где хранится список с мироточивой Ченстоховской иконы [1]).

Этнографический туризм представлен Мотольским музеем народного творчества в Ивановском районе, музеем «Бездежский фартушок» в Дрогичинском районе, музеем под открытым небом – архаичной д. Кудричи XVI в. в низовьях р. Ясельды в Пинском районе, центрами гончарства в Столинском и бондарства в Ивановском районах. В Пинском районе открыт Центр традиционной культуры и быта «Спадчына Палесся». Всего в Брестской области насчитывается 65 музеев, домов ремесел и народного творчества.

Экологический туризм развивается в Национальном парке «Беловежская пуца». Во время экскурсии по маршрутам Беловежской пуцы туристы знакомятся с особенностями первобытного леса, его растительным и животным миром. В пуце находится Помесье белорусского Деда Мороза [2]. Проходит реализация пилотного проекта «Туристический регион «Припятское Полесье» на территориях Дрогичинского, Ивановского, Лунинецкого, Пинского, Столинского районов и г. Пинска, в рамках которого создано 15 туристско-экскурсионных маршрутов (велосипедный маршрут «Янаўскі ровар», маршруты для сплава на байдарках «Днепро-Бугский рубеж», «Буг объединяет нас» [3]). Создан информационный центр байдарочного туризма в д. Белин, установлен инфо-киоск. В заказниках «Средняя Припять» и «Простырь» открыты пункты проката велосипедов. На маршрутах Припятского Полесья благоустроено 40 мест отдыха,

установлено 80 знаков туристической навигации. Работают эколого-просветительские центры в заказниках «Средняя Припять» и «Ольманские болота» в д. Коробье Столинского района.

Событийный туризм в Брестской области представлен 27 мероприятиями: международный пленэр гончаров и фестиваль клюквы в Столинском районе, международный слет любителей водного туризма «Днепро-Бугские старты», международный этнографический гастро-фестиваль «Мотольские прысмаки», международный вело-фестиваль «Янаўскі ровар» и фестиваль водного туризма «Мотольская регата» в Ивановском районе, народный праздник «Купалье», фестиваль «Лунінецкія клубніцы» в Лунинецком районе, реконструкция народного весеннего обряда «Стрилка» в аг. Бездеж Дрогичинского района, народный праздник «Медовый спас» в Пинском районе, гастрономический и экологический фестиваль «Полесский вьон» [4].

Таким образом, Брестская область обладает значительным потенциалом для развития различных видов туризма. Однако приоритетными направлениями в развитии туризма в регионе является разработка и реализация пилотных проектов по развитию внутреннего туризма с единой системой туристических маршрутов, кластеров, навигационной и информационной инфраструктуры, туристическим брендингом, сохранением природного и историко-культурного потенциала региона, применением новых подходов к развитию территорий, форм межведомственного взаимодействия, а также взаимодействия с частным бизнесом, маркетинговых методов позиционирования регионов Брестской области как обязательных для посещения всеми гражданами и популяризации объектов историко-культурного наследия.

СПИСОК ИСТОЧНИКОВ

1. Туристический потенциал Брестской области [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://ivanovo.brest-region.gov.by/ru/informirru/view/turisticheskij-potentsial-brestskoj-oblasti-2000003609>. – Дата доступа: 25.03.2024.
2. Обзорная экскурсия по Беловежской пуще [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://npbp.by/tours/sightseeing-tour/>. – Дата доступа: 22.03.2024.
3. «Бресттрэвэл» [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://bresttravel.by/#o-proekte>. – Дата доступа: 22.03.2024.
4. Единый день информирования. Туристический потенциал Брестской области [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://oncology.brest.by/informatsiya/edinyj-den-informirovaniya/92-edinyj-den-informirovaniya/1471-turisticheskij-potentsial-brestskoj-oblasti>. – Дата доступа: 25.03.2024.

Ю.Б. ШПАКОВСКАЯ, С.В. ЛАПКО

Брест, БрГУ имени А.С. Пушкина

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

ПИНСК КАК ТУРИСТИЧЕСКАЯ ДИСТИНАЦИЯ: СОСТОЯНИЕ, ПРОБЛЕМЫ И ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ

Город Пинск – столица белорусского Полесья – обладает уникальным многообразием природных ресурсов, богатым историко-культурным наследием, имеет много памятных мест, связанных с именами выдающихся деятелей истории и культуры.

Впервые г. Пинск упоминается в документах в 1097 г., когда он находился в составе Туровского княжества. В конце XII в. стал центром собственного удельного государства. Войдя в состав Великого княжества Литовского, город развивался быстрыми темпами. Настоящий расцвет Пинска был отмечен в XIX в., когда город стал крупным торгово-промышленным центром региона [1, с. 5].

Историко-культурный потенциал Пинска представлен следующими объектами: коллегиум иезуитов, дворец Бутримовича (т.н. «пинский мур»), историческая застройка Пинска XIX–нач. XX вв., высшая межепархиальная духовная семинария Святого Фомы Аквинского, костел Успения Пресвятой Девы Марии, ансамбль бывшего монастыря францисканцев, Свято-Варваринская церковь, костел К. Баромея, музей белорусского Полесья и др.

Визитной карточкой города является иезуитский коллегиум XVII в. – памятник ренессанса и барокко. Коллегиум был возведен на средства канцлера ВКЛ, пинского и виленского старосты Альбрехта Радзивилла. Строительство продолжалось с перерывами 44 года (1631–1675). В коллегиуме была собрана богатая библиотека, созданы физическая и химическая лаборатории, действовали первая на Полесье аптека, типография и студенческий театр. Тут учились историк Адам Нарушевич, философ Кароль Вырвич, политик Матеуш Бутримович, общественный деятель Александр Власов. Сегодня в здании коллегиума размещается Музей белорусского Полесья [2, с. 14].

Архитектурной доминантой монастырского ансамбля и г. Пинска стал костел Святого Станислава – самое большое культовое сооружение ВКЛ. В ее крипте покоились мощи святого Андрея Боболи. В 1706 г. костел посещал шведский король Карл XII.

Строительство дворца Бутримовичей (т.н. «пинский мур») было начато в 1784 г. при участии короля Речи Посполитой Станислава Августа Понятовского на восточной окраине Пинска. Дворец создан в стилях барокко и классицизма. Бутримовичи, Орды и Скирмунты поочередно

владели дворцом. В прошлом дворец был главным хранилищем творческого наследия Наполеона Орды. Это здание – первая каменная гражданская постройка Пинска. Строительство велось 10 лет. Дворовый фасад украшен дорическими колоннами и полуколоннами. Сегодня в здании работает Дворец бракосочетаний и музей истории дворца [2, с. 17].

Интересными туристическими объектами являются набережная реки Пины и речной вокзал.

Пинск – привлекательное место для событийного туриста. В городе проходит много культурных мероприятий. В списке самых популярных – международный фестиваль фольклора «Палескі карагод», праздник гитарной музыки «Королевская фиеста», фестиваль «Голоса Полесья» [3].

Уникальность природных ресурсов заключается в том, что на сегодняшний день Пинщина – единственное место в Европе, где на больших площадях сохранились болота и присущий им уникальный растительный и животный мир [3].

Как видим, потенциал Пинска для развития туризма достаточно высок, однако существуют и негативные тенденции, которые являются сдерживающими факторами на пути к его развитию. Среди них:

- низкая готовность к принятию иностранных (в частности, китайских) туристов. Объекты туристической индустрии в Пинске имеют собственные сайты, однако часто там устаревшая информация (сайт обновляется редко или никогда), часто сайты не обеспечивают возможность перехода на англоязычную или китайскую версию, повсеместно отсутствует персонал, говорящий на английском и китайском языках, а также печатная информация на китайском языке;

- отсутствие активной рекламы туристических мероприятий, информационного сопровождения туристических достопримечательностей на иностранных языках;

- из поля зрения туристической индустрии выпадает такой значительный рыночный сегмент, как молодежь 15–30 лет (хотя город имеет значительное количество различных учебных заведений – школ, колледжей, университет);

Для преодоления указанных проблем необходимо реализовать ряд мероприятий:

- повышать языковую подготовку специалистов в сфере туризма и гостеприимства (в плане овладения английским и китайскими языками);

- создать версии официальных сайтов туристических объектов и информационные материалы на разных языках;

- организовать городской туристско-информационный центр – сервисную службу, которая предоставит информацию о местных туристических продуктах, достопримечательностях, исторических

ценностях региона, мероприятиях, экскурсионных маршрутах, транспорте, шопинге, развлечениях и др. В данном центре можно продавать билеты на местный общественный транспорт, культурные мероприятия, туристические материалы (карты, буклеты, краеведческую литературу);

– создать единый информационный портал (интернет-сайт, мобильное приложение) туристических компаний г. Пинска, на котором потенциальные туристы будут узнавать об предложениях организации отдыха; сравнивать цены и иметь возможность выбора оптимального варианта; узнавать о выгодных предложениях (горящих турах, акциях и скидках); читать новости местной сферы туризма;

– разработать новые мероприятия-ивенты, привлекающие местных жителей и туристов из других регионов (например, реконструкция событий общественной жизни г. Пинска; мероприятия, связанные с еврейской тематикой (фестиваль еврейской культуры Пурим, гастрономический фестиваль еврейской кухни);

– проводить мероприятия, ориентированные на молодежь (фестиваль поклонников комиксов, видеоигр, научно-фантастических мультфильмов и сериалов), фестиваль выпускников, праздник фейерверков с концертами популярных среди молодежи исполнителей.

Таким образом, сфера туризма и гостеприимства вносит существенный вклад в процесс социально-экономического развития Пинска. Для дальнейшего успешного развития данной сферы необходимо реализовать ряд мер: повышать языковую подготовку специалистов в сфере туризма и гостеприимства; создать версии официальных сайтов туристических объектов и информационные материалы на разных языках; организовать единый информационный портал; создать городской туристско-информационный центр; разработать новые мероприятия-ивенты, привлекающие местных жителей и туристов из других регионов и стран; проводить мероприятия, ориентированные на молодежь.

СПИСОК ИСТОЧНИКОВ

1. Хвагина, Т. А. Пинск – Полесская легенда / Т.А. Хвагина. – Минск: ВШЭ, 2019. – 54 с.

2. Кошевар, Д. В. 99 знаменитых мест Беларуси / Д.В. Кошевар. – Мн.: Мисанта, 2019. – 48 с.

3. Пинск-инфо [Электронный ресурс]. – Режим доступа: [https //pinsk.info/istoriya.html](https://pinsk.info/istoriya.html). – Дата доступа: 25.01.2024.

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

В.В. ВАРИЦКАЯ

Брест, БрГУ им. А.С. Пушкина

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

ОСОБЕННОСТИ МАРКЕТИНГОВОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ГОСТИНИЦ Г. БРЕСТА

Маркетинговая деятельность гостиниц направлена на привлечение как местных, так и иностранных гостей. Они стремятся создать уникальный опыт проживания и удовлетворить потребности различных категорий клиентов.

Маркетинговая деятельность белорусских гостиниц, в частности гостиниц г. Бреста, имеет свои особенности, связанные с конкурентной средой и спецификой туристического рынка. Вот некоторые из основных аспектов:

- **Профессиональный веб-сайт и онлайн-присутствие:** гостиницы в г. Бресте активно используют интернет для привлечения потенциальных клиентов. Они создают веб-сайты с подробной информацией о своих услугах, фотографиями номеров, ресторанов и других объектов. Часть из них также обеспечивают онлайн-бронирование номеров.
- **Программы лояльности:** некоторые гостиницы в Бресте предлагают программы лояльности для своих постоянных клиентов. Это может быть накопительная система скидок или бонусов за каждое проживание. Такие программы помогают привлекать и удерживать клиентов.
- **Сотрудничество с туристическими агентствами:** многие гостиницы в Бресте устанавливают партнерские отношения с туристическими агентствами. Они предлагают им специальные условия для бронирования номеров и помощь в продвижении их услуг.
- **Реклама и маркетинговые кампании:** гостиницы в Бресте активно используют различные рекламные и маркетинговые каналы, чтобы привлечь клиентов. Это может быть реклама в местных СМИ, участие в рекламных кампаниях или публикация материалов в популярных туристических журналах.
- **Качество обслуживания:** брестские гостиницы уделяют внимание качеству обслуживания и комфорту своих гостей. Они стремятся создать уютную атмосферу, предоставить высокий уровень сервиса и разработать индивидуальные предложения для каждого гостя [1].

Для изучения маркетинговой деятельности были выбраны гостиницы г. Бреста: «Эрмитаж», «Веста», «Молодежная», «Интурист», «Энергия», «Беларусь», «Серебряный Талер», «Строитель», «Буг», «Чайка», «Hampton by Hilton», «Status», «Акватель», «Идея-Студия», «Пять колец», «Юность», мотель «Старый город» и «Старт».

На основании сравнительного анализа данных по предложенным гостиницам г. Бреста можно сделать следующие выводы:

- Большинство гостиниц Бреста имеют свои официальные сайты, что позволяет потенциальным клиентам получить дополнительную информацию о гостинице и забронировать номер онлайн.

- Большинство гостиниц имеют присутствие в социальных сетях, таких как ВКонтакте, Facebook, Instagram и Одноклассники. Это позволяет гостиницам взаимодействовать с клиентами, проводить маркетинговые акции и демонстрировать свои услуги и предложения. В полном объеме гостиницы в социальных сетях представлены такие гостиницы, как «Эрмитаж», «Интурист», «Чайка» и Мотель «Старый город». В тоже время такие гостиницы, как «Веста», «Строитель», «Старт» вообще не представлены ни в одной социальной сети.

- Все указанные гостиницы Бреста также имеют свое присутствие в поисковиках Яндекс и Google, что помогает потенциальным клиентам быстро найти информацию о гостинице и ее местоположении.

- Большинство гостиниц также присутствуют на туристических сайтах города и области, что позволяет им получить дополнительный приток клиентов, интересующихся туризмом в данном регионе.

- Некоторые гостиницы также присутствуют в энциклопедиях, что может свидетельствовать о их значимости и известности в регионе или стране.

Таким образом, гостиницы Бреста с наивысшими показателями на всех факторах (наличие сайта, наличие соц. сетей, наличие в поисковиках, наличие на туристических сайтах и наличие в энциклопедиях) могут считаться наиболее успешными и популярными среди потенциальных клиентов.

В разработке маркетинговой стратегии для гостиниц г. Бреста следует учитывать особенности отрасли гостиничного бизнеса, конкурентную среду, целевую аудиторию и уникальные особенности каждого отеля. Она должна быть ориентирована на долгосрочные результаты и основываться на анализе данных и исследовании рынка.

Маркетинговая деятельность в отелях Бреста организуется по-разному, но прослеживаются единые приемы и методы в организации и функционировании служб и подразделений маркетинга. Правильно выбранная стратегия поможет создать привлекательный гостиничный бизнес, способный привлечь потенциальных клиентов, превратив их в постоянных [1].

СПИСОК ИСТОЧНИКОВ

1. Стратегии маркетинга – Основы индустрии гостеприимства [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://www.e-reading.club/chapter.php/96118/53/Osnovy_industrii_gostepriimstva.html – Дата доступа: 23.03.2024.

В. С. ВЕРЕНИЧ

Брест, БрГУ имени А.С. Пушкина

Научный руководитель – И.Л. Федорова, ст. преподаватель, маг. геогр. наук

ТРЕБОВАНИЯ ПРЕДЪЯВЛЯЕМЫЕ К ГОСТИНИЦАМ КАТЕГОРИИ 5 ЗВЕЗД

Гостиницы 5 звезд – это высококлассные отели, предлагающие роскошное проживание, широкий спектр услуг и высокий уровень сервиса. Обычно такие гостиницы имеют роскошные номера, рестораны высокого уровня, спа-центры, бассейны, тренажерные залы и другие удобства для комфортного отдыха гостей. В них обычно предоставляется высокий уровень обслуживания и внимание к деталям. Такие гостиницы часто выбирают для особых случаев или романтических поездок.

Отель пятизвездочного класса должен представлять собой уникальное пространство с оригинальным дизайном интерьера, украшенным произведениями искусства, декоративными элементами и предметами роскоши. Номера и общественные зоны должны создавать атмосферу изысканности. Интерьер должен быть выполнен из высококачественных материалов, оборудование – с использованием самых дорогих технологий. Площадь одноместного номера составляет 18 квадратных метров, двухместного – 25 м². В каждом номере должны быть полноценный санузел, кондиционер, телевизор с основными каналами, мини-бар, сейф. Для безопасности предусмотрены охранная сигнализация, дверной замок повышенной секретности. Также обеспечивается высокая шумоизоляция и индивидуальное регулирование температуры в номере. Мебель включает кровать, стулья, кресла, столы, зеркало, посуду для мини-бара. В санитарно-гигиеническом комплекте предусмотрены средства гигиены, фен, полотенца, халаты и тапочки.

Современные пятизвездочные отели должны предлагать широкий спектр услуг, чтобы удовлетворить потребности самых требовательных гостей. В их состав должны входить: современный бизнес-центр с оборудованием для коммуникаций; роскошный бассейн с сауной; медицинский кабинет; салон красоты; магазины и кафе; рестораны, бары и

ночные клубы. Гостиничные услуги должны включать ежедневную уборку номера, смену постельного белья и полотенец, а также услуги стирки, глажки и химчистки с быстрыми сроками выполнения. Отель также должен предоставлять услуги секретаря, переводчика, обмен валюты, автопрокат, парковку и трансфер, бронирование билетов на различные виды транспорта, туристические услуги и широкий выбор питания. Персонал отеля должен владеть иностранными языками, носить профессиональную форму одежды и быть готовым помочь гостям в любых вопросах.

К примеру – отель «Европа», который имеет категорию 5 звезд, позиционирует себя как бутик-отель, оказывающий услуги класса люкс. Деятельность отеля «Европа» ориентирована на приезжающих из дальнего и ближнего зарубежья бизнесменов и состоятельных туристов. 30 июня 2008 года органом по сертификации услуг БелГИСС выдан сертификат соответствия гостиницы «Европа» категории пять звезд.

В 2021 году на основании проведенного контроля срок действия данного сертификата был продлен на пять лет (до 30.06.2026 года).

Помимо услуг размещения предприятие оказывает услуги питания:

- ресторан на 135 персон с европейской и белорусской кухней;
- винный бар на 7-м этаже;
- лобби-бар на первом этаже;
- бар ночного клуба на нулевом этаже.

В организации сдаются в аренду нежилые помещения для проведения разовых мероприятий: конференц-зал вместимостью до 100 гостей, зал переговоров на 30 гостей, банкетный зал вместимостью до 60 гостей.

Конференц-зал оснащен самым современным оборудованием, включая устройства для синхронного перевода, микрофоны, экран, флипчарт, пресс-стену, мультимедийный проектор, портативный компьютер, а также беспроводной Интернет Wi-Fi.

Отель «Европа» предоставляет широкий спектр дополнительных услуг:

- услуги бизнес-центра (копии документов, работа на персональном компьютере, факс, доступ к сети Интернет и электронной почте);
- фитнес-центр;
- крытый плавательный бассейн;
- сауна (финская и турецкая);
- пункт обмена валюты (услуга предоставляется арендатором помещения);
- стирка и глажка;
- химчистка;
- мелкий ремонт одежды;
- охраняемая стоянка;
- платное интерактивное телевидение.

Таким образом, гостиницы категории 5 звезд представляют собой идеальное место для тех, кто ценит роскошный отдых, высокий уровень сервиса и комфорт. Они предлагают широкий спектр услуг и удобств, которые делают пребывание гостей незабываемым и приятным. Отличительными чертами таких гостиниц являются изысканный дизайн интерьеров, высококлассные рестораны, спа-центры, бассейны, а также внимательное отношение к каждому гостю. Поэтому выбор гостиницы категории 5 звезд обещает незабываемый отдых и положительные впечатления.

СПИСОК ИСТОЧНИКОВ

1. Джанджугазова, Е.А. Маркетинг в индустрии гостеприимства / Е.А. Джанджугазова – М.: Академия, 2014. – 185 с.
2. Артёмова, Е.Н. Основы гостеприимства и туризма / Е.Н. Артёмова, В.А. Козлов. – Орёл : ОрёлГТУ, 2005. – 104 с.

А. Б. ВИТКОВСКАЯ

Брест, БрГУ имени А.С. Пушкина

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

ФОРМАЛЬНЫЕ И НЕФОРМАЛЬНЫЕ КУЛЬТУРНЫЕ ПРОСТРАНСТВА В БРЕСТЕ

Брест – это город с богатой культурной историей, который предлагает множество разнообразных культурных пространств для своих жителей и туристов. В данной статье рассмотрены основные формальные и неформальные культурные пространства в Бресте, их достоинства и недостатки, и предложены решения для улучшения ситуации.

Для проведения анализа всех формальных и неформальных культурных пространств в городе Бресте, необходимо охватить различные аспекты, такие как музеи, театры, галереи, парки, уличное искусство, культурные события и т.д.

Культурный хаб в Республике Беларусь представляет собой современное пространство, которое способствует развитию и продвижению различных культурных направлений, искусства и творчества. Это место, где люди могут встретиться, обменяться идеями, участвовать в культурных мероприятиях и узнавать о новых тенденциях в сфере культуры.

Формальные культурные пространства.

•Музеи и галереи: в Бресте можно посетить несколько музеев и галерей, таких как Брестская крепость, музей истории города,

художественная галерея. Они играют важную роль в сохранении и продвижении культурного наследия города.

- Театры и концертные залы: в Бресте есть несколько театров и концертных залов (Брестский академический театр драмы, театр кукол), где можно насладиться выступлениями местных и зарубежных артистов.

- Библиотеки: в Бресте можно посетить несколько библиотек (Областная библиотека имени Максима Горького, Библиотека им. А.С. Пушкина), где жители могут читать книги, посещать лекции и участвовать в других культурных мероприятиях.

Достоинства формальных культурных пространств: сохранение и продвижение культурного наследия города; возможность насладиться высоким искусством и культурными мероприятиями; содействие умственному развитию и образованию жителей.

Недостатки формальных культурных пространств: недостаточное финансирование и поддержка со стороны государства; ограниченный доступ к культурным мероприятиям для малообеспеченных слоев населения; недостаточная привлекательность для молодежи и меньшинств.

Проблемы формальных культурных пространств, таких как музеи, театры, галереи и т.д., могут быть решены с помощью следующих методов: развитие образовательных программ и событий. Организация экскурсий, мастер-классов, лекций, выставок и других образовательных мероприятий может привлечь новую аудиторию и способствовать повышению интереса к культурным пространствам. Развитие цифровых технологий. Создание виртуальных туров, мобильных приложений, онлайн выставок и других цифровых ресурсов поможет сделать культурные пространства более доступными и привлекательными для широкой аудитории; разнообразие программ и событий. Разнообразие выставок, спектаклей, концертов и других мероприятий позволит привлечь различные группы посетителей и создать уникальный опыт для каждого; улучшение коммуникации и информации. Предоставление посетителям достоверной информации о расписании мероприятий, выставках, билетах и других услугах поможет повысить удовлетворенность посетителей и улучшить их опыт; партнерство и сотрудничество. Сотрудничество с другими культурными учреждениями, бизнесом, образовательными учреждениями и другими партнерами позволит расширить аудиторию, разнообразить программу и получить дополнительную поддержку; инновации и творчество. Проведение инновационных проектов, экспериментов, арт-инсталляций и других творческих инициатив поможет привлечь внимание культурных пространств и создать уникальный опыт для посетителей.

Эти подходы могут помочь улучшить функционирование и привлекательность формальных культурных пространств для широкой аудитории.

Неформальные культурные пространства:

- Кафе и рестораны: в Бресте можно посетить кафе и рестораны, где можно насладиться местными кулинарными изысками и провести время в приятной обстановке (книжный клуб, вечер кино).

- Уличное искусство: в Бресте можно посетить многочисленные уличные художественные установки и граффити, которые делают город более живописным и привлекательным. К наиболее известным можно отнести граффити Лёни Васильковича, Предка (Максима Самосевича).

- Парки и скверы: в Бресте можно посетить несколько парков и скверов, где можно отдохнуть, насладиться природой и провести время с семьей и друзьями.

Достоинства неформальных культурных пространств: создание уютной и привлекательной атмосферы в городе; возможность для жителей и туристов насладиться красотой и культурным разнообразием города; поддержка местных художников и мастеров народного творчества.

К слабым сторонам неформальных культурных пространств можно отнести: недостаточный уход и поддержка со стороны городских властей; ограниченный доступ к культурным мероприятиям для малообеспеченных слоев населения; недостаточное вовлечение молодежи и меньшинств в культурные инициативы;

Проблемы неформальных культурных пространств также могут быть решены различными способами: поддержка и финансирование: обеспечение финансовой поддержки, грантов, стипендий или других форм финансирования для неформальных культурных инициатив и пространств; создание партнерств: установление партнерских отношений с местными организациями, бизнесами, учреждениями и государственными структурами для совместной работы над развитием и поддержкой неформальных культурных пространств; обучение и развитие: проведение обучающих программ, мастер-классов, семинаров и других мероприятий для участников неформальных культурных пространств, чтобы повысить их профессиональные навыки и знания; продвижение и коммуникация: использование социальных сетей, медиа-платформ и других средств коммуникации для продвижения неформальных культурных пространств и привлечения новых посетителей и участников; создание сообщества: стимулирование формирования сообщества вокруг неформальных культурных пространств, поддержка обмена опытом, идеями и ресурсами между участниками.

Эти подходы помогут укрепить и развить неформальные культурные пространства, сделать их более устойчивыми и привлекательными для широкой аудитории.

В целом, Брест предлагает множество уникальных и разнообразных культурных пространств для своих жителей и гостей. Однако для улучшения ситуации необходимо уделить больше внимания финансированию, поддержке и разнообразию культурных мероприятий, а также привлечению всех слоев населения к участию в культурной жизни города.

Проведение полного анализа всех формальных и неформальных культурных пространств в Бресте является сложной и обширной задачей, требующей глубокого исследования каждого конкретного места, что и является продолжением нашего исследования.

А.А. ДУБИК

Брест, БрГУ имени А.С. Пушкина

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

ИСТОРИЯ СТАНОВЛЕНИЯ САНАТОРНОГО ХОЗЯЙСТВА БЕЛАРУСИ В ДОСОВЕТСКИЙ И СОВЕТСКИЙ ПЕРИОДЫ

Санаторно-курортное лечение является важным аспектом социальной политики белорусского государства. Оно представляет собой разновидность лечебно-профилактической помощи населению и соответствует профилактическому принципу здравоохранения Республики Беларусь. Основано оно на использовании преимущественно естественных лечебных факторов (климата, лечебных грязей, минеральных вод и т. п.). На протяжении многих десятков лет происходит развитие и совершенствование санаторно-курортной базы государства, чему способствуют благоприятные ландшафтные, климатические и геолого-гидрологические условия.

Санаторно-курортное хозяйство является ведущим компонентом туристической сферы Беларуси. Его формирование происходило на протяжении уже более полутора веков на основе использования преимущественно естественных лечебных факторов: климата, лечебных грязей, минеральных вод и т. п.

Рекреационно-географическое положение Беларуси с точки зрения развития лечебно-оздоровительного туризма можно характеризовать как выгодное, что определяется соседством с туристическими рынками России и Европейского союза со значительным спросом на лечебно-оздоровительные туры.

История становления санаторно-курортного оздоровления в Беларуси началась в середине XIX века, однако прообразы санаториев существовали и раньше. Еще в XVI веке на европейских картах указывались источники целебных вод в местности под названием Барковщина, которая расположена в Ушачском районе Витебской области. К 1830 г. там существовала лечебница, где отдыхающие принимали ванны и пили минеральную воду. Сегодня в этой старинной курортной зоне находится санаторий «Лесные озера».

В 1892 г. талантливый белорусский ученый-физик, врач и изобретатель Якуб Наркевич-Иодко открыл в своем имении Наднёман одноименный санаторий. Здесь практиковались самые передовые методы оздоровления: принятие лечебных ванн, питье минеральной воды, занятия специальной гимнастикой и диетическое питание. Инновацией санатория были разработанные самим владельцем процедуры электротерапия и электромассаж, что было закреплено специальным патентом. А в 1886 г. в санатории появилась новая оздоровительная процедура – кумысолечение; для ее организации в имение Наднёман были приглашены специалисты из Башкортостана. Сегодня в Узденском районе в окрестностях бывшего имения Наднёман работает санаторий «Подбельники».

Первыми в БССР были открыты санатории «Сосновка» (в 1921 г.) и "Чёнки" (в 1922 г.). К началу 1940-х гг. в Беларуси насчитывалось 36 санаториев на 4,4 тыс. мест и 32 дома отдыха на 5,5 тыс. мест. Санаторное дело становится важным направлением государственной социальной политики, большое внимание уделяется оздоровлению детей и лечению больных туберкулезом [1].

Вторая мировая война привела к существенному разрушению санаторно-курортного фонда Беларуси. Восстановление было завершено только к середине 1950-х гг. В 1958-61 гг. проведено первое комплексное курортологическое обследование Беларуси, что позволило начать формирование трёх республиканских курортов: «Ждановичи» на окраине Минска, «Нарочь» на северо-западном берегу озера и курорт «Рогачёв».

В 1958 возведён крупный санаторий «Нарочь» в Мядельском р-не. Кристально-чистая вода, большие массивы хвойного леса, чистый воздух, отсутствие промышленных предприятий легли в основу создания здравницы, а затем и крупного курортного поселения на берегу самого крупного озера Беларуси.

В эти годы был реконструирован санаторий «Имени В.И. Ленина», расположенный на живописной окраине Бобруйска на правом берегу реки Березина. Происходит расширение климатобальнеологического равнинного курорта «Лётцы» в Витебском районе. Лечебные факторы курорта были благоприятны для лечения сердечно-сосудистой и нервной систем,

заболеваний верхних дыхательных путей, органов пищеварения, неврологии. В последующие годы были построены крупные санатории «Криница» и «Приднепровский».

Санаторий «Криница» расположен в пределах курорта «Ждановичи» и постепенно объединил в себе несколько соседних учреждений, в первую очередь дом отдыха «Ждановичи», который был открыт в 1922 г. Опыт первых лет работы этого санатория показал высокую эффективность лечения больных с заболеваниями органов пищеварения. Санаторий «Приднепровский» расположен недалеко от г. Рогачев в Гомельской области. В БССР он считался одним из ключевых бальнеогрязевых и климатических санаториев. В оказываемые услуги входили: климатотерапия, лечение минеральной водой и сапропелевыми грязями.

В этот же период были открыты первые санатории-профилактории в Бобруйске (при фанерно-деревообрабатывающем комбинате, 1946), Витебске (при чулочной-трикотажной фабрике «КИМ», 1954), Орше (при льнокомбинате, 1955).

Следующие исследования были проведены в 1967-68 гг. Были изучены новые курортные местности в Брестской области («Сосновый Бор»), Гродненской («Новоельня») и Гомельской («Белый Берег»), что позволило разработать новое комплексное технико-экономическое обоснование развития санаторно-курортной сети БССР. На данных территориях началось строительство различных санаторно-оздоровительных учреждений.

В 1981 г. разработана и утверждена «Генеральная схема размещения и развития курортов и зон отдыха БССР». Она стала результатом большого исследования рекреационных ресурсов республики. На ее основе были разработаны проекты схем развития и размещения курортов и зон отдыха местного значения для каждой области. Были выделены существующие территории и зарезервированы территории под будущее рекреационное строительство. В плане реализации основных положений Генеральной схемы было принято решение Правительства БССР о разработке проектов планировки 14 зон отдыха республиканского значения, среди которых были «Столбцы», «Вилейка» и «Озеры», а также генеральных планов двух главных белорусских курортов «Нарочь» и «Ждановичи».

К 1990 г. общая численность санаторно-курортных и оздоровительных организаций Беларуси достигла 369, в которых насчитывалось 42 тыс. мест, годовой объём обслуживания превысил 443 тыс. человек. Специализированная сеть составляла 52 санатория (13 тыс. мест), в которых лечилось 150,5 тыс. человек (34% всех обслуженных в санаторных и оздоровительных учреждениях) [1].

Распад СССР и переход к рыночной экономике негативно сказались на санаторно-курортном деле Беларуси: тяжелая экономическая ситуация

переходного периода способствовала ухудшению деятельности собственных белорусских санаториев, качество обслуживания в них ухудшилось, цены на путевки выросли, и основная часть населения не имела возможности оплатить отдых. Санатории медленно и болезненно проходили адаптацию к рыночным условиям. Окончательная реорганизация отрасли произошла в 2000-е гг., но это уже иная история.

СПИСОК ИСТОЧНИКОВ

1. Санаторно-курортное лечение и оздоровление населения в Республике Беларусь [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/sanatorno-kurortnoe-lechenie-i-ozdorovlenie-naseleniya-v-respublike-belarus>. – Дата доступа 02.04.2024.

В. А. ЗУБОВИЧ

Республика Беларусь, Брест, БрГУ имени А.С. Пушкина
Научный руководитель – С.А. Заруцкий, канд. геогр. наук, доцент

ТУРИСТИЧЕСКИЕ ВОЗМОЖНОСТИ БГК «МЕШКОВ БРЕСТ» В РАБОТЕ С БОЛЕЛЬЩИКАМИ

Спортивная индустрия включает в себя отношения, которые касаются проведения спортивно-массовых мероприятий, управление спортивными организациями, оказание спортивно-оздоровительных услуг населению, решение вопросов финансирования и спонсорства, проведение научной деятельности в области спорта, а также подготовку кадров в сфере физической культуры и спорта. Общеизвестный факт связан с тем, что значительная часть современной сферы спорта тесно связана с бизнесом, основанным на предложении спортивных зрелищных мероприятий, передаче прав на вещание спортивных состязаний, привлечении спонсорских средств и средств за счет рекламы в спорте.

Многие могут не осознавать, что деятельность спортивных клубов можно рассматривать не только со стороны спорта, простого проведения матчей со всеми прилегающими, но и с другой, например, с познавательной, проведения экскурсий на спортивных аренах, лекций о спорте, популяризируя таким способом не только спортивный клуб и спорт, но и сам город, в котором это все происходит. Рассмотрим на примере БГК «Мешков Брест» и г. Брест.

«Брестский гандбольный клуб имени А.П. Мешкова» основан в 2002 г. в память о заслуженном тренере Республики Беларусь, родоначальнике гандбола на Брестчине Анатолии Петровиче Мешкове. БГК «Мешков Брест» – это белорусский бренд, хорошо известный в Европе.

Многократный чемпион Беларуси и участник групповых раундов Лиги чемпионов, победитель и участник SEHA-Gazprom Лиги. Брест стал настоящей столицей гандбола. На протяжении одиннадцати сезонов клуб участвовал в групповом раунде Лиги чемпионов. Благодаря «мешковцам» в город над Бугом приезжают гранды мировой величины: испанская «Барселона», французский ПСЖ, немецкий «Киль», македонский «Вардар» и многие другие. А на арене регулярно аншлаги.

БГК «Мешков Брест» ведет активную работу с болельщиками и не только он всегда старается расширить круг своей лояльной аудитории. Клуб делает все, чтобы популяризировать гандбол и привлечь больше людей. Клуб находится в дворце спорта «Виктория», где и проводится все домашние матчи.

БГК Мешков Брест уже давно стал брендом города, но его бренд для привлечения туристов используется не полностью. Один из вариантов в этом направлении является создание экскурсии по дворцу спорта «Виктория». На данный момент такой экскурсии нет. Про спортивный комплекс можно узнать во время обзорной экскурсии по городу или во время экскурсии, связанной с спортивным потенциалом города. Но не одна из них не подразумевает посещение самого дворца спорта «Виктория».

Во время экскурсии болельщики и фанаты смогут увидеть клуб изнутри, узнать больше о всех аспектах работы клуба, познакомиться с людьми, которые работают для создания комфортных условиях для просмотра матча. В экскурсию можно включить посещение административного блока клуба, отдела маркетинга, обзорная экскурсия арены в целом, посещение раздевалки команды, побывать на самой площадке, где проходят матчи. В экскурсию можно добавить интерактив, попробовать забросить мяч в ворота, сделать видение. Так же в качестве помощника экскурсовода можно использовать одно из игроков клуба. Если экскурсия не будет мешать тренировочному процессу, то её можно проводить и во время тренировки команды. Многим болельщикам, фанатам, да и просто экскурсантам, было бы интересно понаблюдать за тренировкой таких профессионалов. Завершить экскурсию можно в фан-шопе, для покупки сувениров. Если экскурсия будет больше направлена на болельщиков и фанатов, то в завершении можно устроить встречу с игроками или тренерским штабом. Также такие экскурсии можно проводить для болельщиков других команд, которые приехали поддержать свой клуб. Экскурсия поможет проникнуться атмосферой арены, повысить спрос на матчи, привлечь новых болельщиков, популяризировать гандбол и спорт в целом.

Работа БГК «Мешков Брест» с болельщиками и фанатами проводится на высоком уровне. Клуб делает все для того чтобы заявить о себе на мировой арене. В Беларуси Брест знают, как столицу гандбола. Про наш

город говорят и за рубежом, к нам готовы ехать с других стран и городов. Необходимо поддерживать этот уровень и создавать новые туристические продукты.

СПИСОК ИСТОЧНИКОВ

1. Официальный сайт БГК «Мешков Брест» [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://meshkovbrest.by/> – Дата доступа: 06.04.2024.
2. Телетов, А.С. Маркетинг спортивного туризма / А.С. Телетов, В.И. Карпец // Маркетинг и менеджмент инноваций. – 2015. – № 1. – С. 56-72.

Д.А. КОЗЛОВА

Брест, БрГУ имени А. С. Пушкина

Научный руководитель – Фёдорова, магистр географических наук

КРЕАТИВНАЯ ИНДУСТРИЯ И ЕЕ РОЛЬ В РАЗВИТИИ КРЕАТИВНОГО ТУРИЗМА

Креативная индустрия играет важную роль в экономике, так как способствует развитию инноваций, созданию рабочих мест, укреплению культурного наследия и международному обмену идеями. Она также способствует повышению уровня жизни, созданию позитивных социальных изменений и поддержанию культурного многообразия. Креативная индустрия оказывает значительное влияние на различные сферы деятельности.

Креативность является важным аспектом человеческой природы, и она может быть развита и поощрена. В современном мире креативность часто рассматривается как ключевая компетенция, особенно в контексте быстро меняющейся экономики и технологических инноваций.

Чёткого определения креативным индустриям нет. И в белорусском законодательстве понятие не закреплено. Но общество понимает под креативной индустрией сферу, где новый продукт создаётся с помощью творческих идей. Например, любое мобильное приложение, фильм, выставка, является продуктом креативной индустрии. Чтобы оно стало популярным, оно должно быть красивым, удобным, практичным и технологичным.

Если рассматривать креативную индустрию с творческой стороны, то это сферы деятельности, значимая часть добавленной стоимости которая формируется за счёт творческой деятельности и управления правами на интеллектуальную собственность. В числе таких индустрий – кинематография, архитектура, изобразительное и театральное искусство, мода, дизайн, реклама.

Креативность является ментальным явлением, которое формируется в результате когнитивных процессов. Доказано, что талантливыми людьми чаще

становятся, чем рождаются. Креативность и склонность к творчеству развиваются на протяжении жизни человека, а появлению талантливых личностей благоприятствует семейное окружение и обстоятельства. Специалисты утверждают, что креативность может развиваться через обучение.

На сегодняшний день не сложилось единого мнения: что же относить к креативной индустрии. Согласно подходам ООН, в креативные индустрии входят четыре отрасли:

- культурное наследие (музеи, библиотеки, ремесла);
- искусство (исполнительское и изобразительное);
- медиаиндустрия (печатная и аудио продукция, новые медиа);
- функциональный креатив (дизайн, мода, ПО, цифровой контент, креативные услуги).

ЮНЕСКО относит к креативным индустриям издательское дело, музыку, кино, ремёсла и дизайн.

Во многих зарубежных странах сложилась классификация, где выделяют 16 направлений креативных индустрий, которые активно развиваются. К ним относятся: арт-индустрия; народные промыслы; музыка; исполнительское искусство; кино и анимация; фотография; издательская деятельность; телерадиовещание; IT и видеоигры; реклама; дизайн; архитектура; мода; ювелирное дело; библиотека, архивы, музеи; культурное наследие; образование в креативных индустриях.

В последнее время туризм стал эффективным инструментом реализации креативной стратегии развития территорий. Многие города и регионы стали позиционировать себя как креативные в попытке привлечь новых резидентов, предпринимателей и туристов.

В условиях повышенной глобальной конкуренции за все виды ресурсов территории стремятся найти наиболее эффективный фактор преимущества. Креативность и креативные индустрии становятся фактором привлечения дополнительного внимания со стороны внешних акционеров и развития местной экономики. Креативность и туризм взаимно дополняют друг друга, создавая синергетический эффект – туризм извлекает выгоду из дополнительной символической ценности, создаваемой творчеством, а креативная экономика извлекает выгоду из большей туристической активности.

Внедрение креативной индустрии в стратегии развития туризма способствует не только формированию узнаваемого бренда, но и является эффективным средством продвижения территории на внешние рынки товаров и услуг. Креативные индустрии (мода, гастрономия, кинематограф и пр.) становятся отдельными туристическими нишами, которые образуют такое направление как «креативный туризм».

«Креативный туризм» как понятие впервые был определен в 2000 г. Ричардсоном и Рэймондом. Ричардс в своей работе подчеркивает «важность креативности в планировании и развитии культурного туризма.» Это направление предлагает инновационный путь пересмотра интерактивной модели культурного туризма, в основе которой лежит осмотр достопримечательностей. Эту же тему исследовал Уилсон, который отметил, что культурный ландшафт дестинации, включая фестивали, культурные маршруты, музеи, культурное наследие может быть воссоздано для того, чтобы обрести более интерактивную форму и дать возможность генерировать впечатления путём сотворчества между туристами и местным населением. В 2006 году ЮНЕСКО дало определение креативному туризму: «креативный туризм – это туризм, направленный на получение путешественниками опыта с активным обучением искусству, изучением культурного наследия или других культурных особенностей места пребывания» [1].

Таким образом, креативная индустрия может способствовать развитию креативного туризма создавая новые туристические продукты и услуги, в которых задействованы музеи, галереи, театры, концертные залы, фестивали, выставки, творческие мастерские; улучшая качество существующих туристических продуктов и услуг (внедрение новых технологий, использование креативных решений); продвигая туристическое направление (создание привлекательного имиджа страны или региона).

СПИСОК ИСТОЧНИКОВ

1. Креативный туризм: что это и почему он может помочь развитию сообществ в Кыргызстане [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.undp.org/ru/kyrgyzstan/> – Дата доступа: 14.03.2024.

В. Р. МЕНДЕЛЬ

Брест, БрГУ имени А.С. Пушкина

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

РЕСТОРАННЫЙ БИЗНЕС: ОСОБЕННОСТИ И ПЕРСПЕКТИВЫ ПРОДВИЖЕНИЯ В СОЦИАЛЬНЫХ СЕТЯХ

В современном мире рестораны не вызывают каких-то особых эмоций, они воспринимаются уже как обыденность, но так было не всегда.

История возникновения и развития общепита началась примерно в эпоху Античности. В то время услугами заведений общественного питания пользовались в основном бедные люди или путешественники в силу того, что данные заведения были довольно низкого уровня обслуживания, кухня

и соблюдение каких-либо санитарных норм оставляли желать лучшего. Именно по этим причинам люди высшего общества презирали подобные забегаловки, это попросту был не их уровень. Но время не стояло на месте, все вокруг менялось и совершенствовалось и конечно же сфера общественного питания не стала исключением. Сфера услуг стала выходить на новый уровень.

Особенности данных заведений и идеи по их совершенствованию поняли в Китае. Уже в X-XI вв. стали появляться заведения, которые посещали не только путешественники, но и местные жители. Основатели данных закусочных стали учитывать индивидуальные потребности посетителей: кому-то горячее, кому-то холодное, кому-то острое, кому-то не солёное и все в этом духе. Так же начали появляться столовые нормы или как бы мы сказали сейчас – правила этикета во время приёма пищи, благодаря чему в подобных закусочных стали обедать более обеспеченные и интеллигентные люди.

Как и любое другое направление, ресторанный бизнес имеет свою специфику и особенности. В современном мире невозможно угодить каждому человеку, тем более если говорить о продуктах питания и интерьере заведений, ведь есть множество факторов, влияющих на успех ресторанного бизнеса, например, такие как:

- расположение объекта;
- наличие отличительной черты от других заведений;
- уютная атмосфера и красивый интерьер;
- хорошее качество продуктов;
- наличие информационных ресурсов на просторах интернета;

В наше время интернет играет огромную роль в жизни общества. Именно по этой причине если вы открываете свое дело и думаете, как популяризировать его, то стоит делать это с помощью интернета. На современном этапе, если человек хочет найти какую-либо информацию, то в первую очередь они откроют поисковик Google и введут свой запрос в поисковую строку.

Рассмотрим подробно влияние интернет-ресурсов на ресторанный бизнес.

Молодые люди решили отметить некое событие и стали думать над выбором заведения, у них есть два варианта о которых они слышаны от знакомых. Они не могли определиться с выбором и решили посмотреть в социальной сети Instagram аккаунты данных ресторанов. Изучив первую страничку, они остались под хорошим впечатлением – там были и фотографии интерьера, и меню с ценами и фотографиями блюд, и информация о возможных скидках или акциях. Позже они решили изучить информацию о втором заведении, но ничего не нашли, кроме расположения

и графика работы. Очевидно, после полученной информации молодые люди пойдут в первый ресторан, так как они нашли всю нужную им информацию.

Можно сделать вывод, что ведение социальных сетей важно не только для ресторанного бизнеса, но и для многих других сфер. Как же выстроить стратегию развития ресторанного бизнеса через социальные сети. На сегодняшний день существует ряд профессий, которые позволяют освоить тонкости ведения бизнеса через социальные сети. Например, SSM-менеджер (человек, занимающийся продвижением в социальных сетях) знает все тонкости и особенности и построит некую стратегию популяризации заведения, да и просто будет красиво и стильно вести его страницу в социальных сетях.

Проведенный небольшой опрос среди знакомых показал, что в первую очередь они обращают внимание, когда заходят на страницу заведения в социальных сетях – это меню кухни, интерьер, идею заведения и др. Чем подробнее будет меню, чем больше будет визуализации, тем лучше. Так же в каждом заведении должны быть какие-то фирменные блюда, так как это тоже служит возможностью продвижения.

Еще очень интересная тема для продвижения – это сотрудничество с другими заведениями. Например, в Беларуси есть такая компания под названием, которая специализируется на сотрудничестве. Они создают сотни акций с разными заведениями, договариваются о сотрудничестве, которое в свою очередь добавляют в свое меню новые блюда именно для Slivki.by, а они создают промокоды на скидку и продают их. В итоге в плюсе остаётся и заведение, и Slivki.by, и конечно же посетители.

В целом ресторанный бизнес является перспективным и актуальным направлением в индустрии гостеприимства, но, чтобы он стал успешным, нужно пройти долгий путь.

СПИСОК ИСТОЧНИКОВ

1. Тенденции развития ресторанного бизнеса [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://hot-link.ru/compilations/restorannyy-servis/> – Дата доступа: 13.03.2024.

2. Перспективы развития ресторанного бизнеса [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://elib.bsu.by/handle/123456789/286759> – Дата доступа: 13.03.2024.

3. История ресторанного бизнеса [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://terra-trattoria.livejournal.com/68635.html> – Дата доступа: 14.03.2024.

А. В. МОРОЗ

Брест, БрГУ имени А.С. Пушкина

Научный руководитель – Н.И. Сухонос, ст. преподаватель, маг. экон. наук

ЭФФЕКТИВНЫЕ МЕТОДЫ МОТИВАЦИИ ПЕРСОНАЛА В СФЕРЕ ОБЩЕСТВЕННОГО ПИТАНИЯ

Мотивация персонала в сфере общественного питания имеет решающее значение для производительности и удовлетворенности клиентов. Эффективные методы включают в себя различные стратегии, адаптированные к уникальным требованиям отрасли. Во-первых, создание позитивной рабочей среды посредством открытого общения, программ признания и мероприятий по построению команды может повысить моральный дух. Предоставление возможностей для развития навыков и карьерного роста побуждает сотрудников инвестировать в свою работу в долгосрочной перспективе. Предложение конкурентоспособной заработной платы, льгот и гибкого графика демонстрирует признательность за их тяжелый труд и повышает удовлетворенность работой. Кроме того, предоставление сотрудникам автономии и полномочий по принятию решений прививает чувство собственности и ответственности. Внедрение справедливой и прозрачной системы оценки эффективности усиливает подотчетность и поощряет образцовую работу. Более того, создание культуры инклюзивности и разнообразия способствует развитию чувства принадлежности и мотивации сотрудников делать все возможное. Наконец, получение обратной связи и активное решение проблем демонстрируют приверженность руководства к благополучию сотрудников и способствуют постоянному совершенствованию. Объединив эти стратегии, предприятия общественного питания могут вырастить мотивированную и заинтересованную рабочую силу, что в конечном итоге приведет к успеху в конкурентной отрасли.

Наиболее эффективными методами мотивации, вдохновения и поощрения сотрудников в сфере общественного питания являются:

1. Признание и признательность: признание тяжелой работы и самоотверженность сотрудников общественного питания, регулярно отмечая их достижения и вклад. Это можно сделать посредством словесной похвалы, награждения «Сотрудником месяца» или публичных признаний во время собраний команды.

2. Также важно иметь возможности обучения и развития, путем предложения им учебных занятий, семинаров и сертификации, чтобы помочь сотрудникам общественного питания повысить свои навыки и продвинуться по карьерной лестнице. Предоставление возможностей для профессионального

роста демонстрирует стремление к развитию сотрудников и способствует лояльности среди сотрудников.

3. Поддерживая открытые и прозрачные каналы связи появляется гарантия, что сотрудники общественного питания будут информированы о политике, процедурах и ожиданиях компании. Поощряя отзывы и предложения от сотрудников появляется возможность развития культуры сотрудничества.

4. Организация мероприятий по построению команды, такие как групповые прогулки, командные обеды или развлекательные мероприятия способствуют развитию духа товарищества и укреплению связей между персоналом. Формирование чувства командной работы и товарищества может улучшить моральный дух и удовлетворенность работой.

5. Внедрение программы стимулирования или вознаграждения по результатам работы мотивирует персонал общественного питания к достижению конкретных целей или задач. Это могут быть бонусы, подарочные карты или другие материальные вознаграждения за исключительные результаты или превышение ожиданий клиентов.

6. Предлагая гибкие варианты графика и учет разумных просьб об отпуске помогает персоналу общественного питания достичь лучшего баланса между работой и личной жизнью. Обеспечение гибкости демонстрирует уважение к личной жизни сотрудников и может повысить моральный дух и удовлетворенность работой.

7. Делегирование обязанностей и предоставление возможности персоналу общественного питания принимать решения и брать на себя ответственность за свою работу. Предоставление сотрудникам автономии вселяет чувство доверия и ответственности, что может повысить мотивацию и вовлеченность в работу.

8. Регулярная обратная связь по производительности и конструктивное обучение помогает персоналу общественного питания определить области, требующие улучшения, и поставить цели для роста. Предложение рекомендаций и поддержки демонстрирует приверженность развитию сотрудников и способствует развитию культуры постоянного совершенствования.

9. Демонстрирование лидерских качеств, профессионализма, позитивный настрой и преданность делу во взаимодействии с персоналом общественного питания. Образец для подражания может вдохновить сотрудников подражать такому поведению и стремиться к совершенству в своей работе.

Таким образом, внедряя данные методы, предприятия общественного питания могут создать мотивирующую и поддерживающую рабочую среду, которая побуждает персонал работать с максимальной отдачей и предоставлять клиентам качественный сервис.

А. В. ШИНКЕВИЧ

Гродно, ГрГУ имени Янки Купалы

Научный руководитель – В. Г. Корнелюк, канд. истор. наук, доцент

МЕДИАВОЗМОЖНОСТИ ПРОДВИЖЕНИЯ КУЛЬТУРНО-ПОЗНАВАТЕЛЬНОГО ТУРА «ГОМЕЛЬ ЛЬВА ВЫГОТСКОГО»

В эпоху цифровизации медиа стали неотъемлемой частью нашей повседневной жизни, оказывая значительное влияние на принятие решений во многих сферах, включая туризм. Медиаресурсы, будь то традиционные или новые медиа, играют важную роль в формировании образа туристических направлений и экскурсионных туров.

Актуальность медиаподходов в продвижении экскурсионных туров обусловлена их способностью эффективно взаимодействовать с целевой аудиторией, создавать положительный имидж и стимулировать спрос на туристические услуги в условиях высокой конкуренции и информационного перенасыщения. Использование инновационных медиарешений и креативного контента может помочь туристическим компаниям выделиться среди множества предложений и привлечь внимание к своим экскурсионным турам.

Туристический продукт представляет собой совокупность услуг и впечатлений, предлагаемых для удовлетворения потребностей туристов. Он включает в себя не только транспортные услуги, проживание и питание, но и различные дополнительные услуги, такие как экскурсии, развлечения и культурные мероприятия, которые вместе создают уникальный опыт путешествия [1, с. 8].

В современных условиях информационные технологии играют ключевую роль в продвижении любого продукта, и туристическая индустрия не является исключением. Методы продвижения туристического продукта через медиа включают в себя использование интернет-сайтов, социальных сетей, мессенджеров, e-mail рассылок и промо-акций в интернете [2].

Продвижение через собственный интернет-сайт турагентства позволяет предоставить полную информацию о предлагаемых турах, услугах, специальных предложениях и отзывах клиентов. Социальные сети, такие как «ВКонтакте» и «Instagram», используются для визуального привлечения внимания к туристическим продуктам, а также для взаимодействия с потенциальными и текущими клиентами. Рассылка в мессенджерах «Whatsapp» и «Telegram» и e-mail рассылки позволяют поддерживать связь с клиентами, информируя их о новых предложениях и акциях. Промо-акции в интернете могут включать специальные скидки, конкурсы и розыгрыши, которые стимулируют интерес и способствуют привлечению новых клиентов.

Культурно-познавательный тур «Гомель Льва Выготского» представляет собой уникальное путешествие, которое позволяет участникам погрузиться в мир и наследие известного психолога Льва Семеновича Выготского, который провел большую часть своей жизни в Гомеле. Участники тура смогут посетить места, связанные с жизнью и деятельностью Льва Выготского, узнать о его исследованиях и вкладе в науку, и, конечно же, насладиться историей и культурой города Гомеля.

Гомель – один из крупнейших городов Беларуси, а также место, где Л. С. Выготский провел свое детство и самую активную и многообразную практическую деятельность в области народного образования, культуры и искусства. В туре предусматривается базовая комфортность в переезде, размещение в гостинице класса 3 звезд. Особо интересен данный тур будет для лиц, интересующихся гуманитарными науками, в частности, педагогикой и психологией.

На сегодняшний день, именно интернет-маркетинг совместно с другими инструментами стимулирования торговли и сбыта представляет собой мощнейшее маркетинговое средство. Таким образом, основной областью проектирования и реализации рекламной кампании по продвижению культурно-познавательного тура «Гомель Льва Выготского» будут рекламные мероприятия на рынок туристических услуг Беларуси в медиапространстве.

Стратегия медиапродвижения тура «Гомель Льва Выготского»:

1. Выбор каналов коммуникации:

– Использование социальных сетей (Facebook, Instagram, VK) для привлечения внимания молодежной аудитории.

– Размещение информации на туристических порталах и форумах для охвата целевой аудитории, заинтересованной в культурном туризме;

– Сотрудничество с популярными блогерами и местными СМИ для увеличения охвата и доверия к туру.

2. Разработка контента:

– Создание визуальных материалов: фото и видео экскурсий, интервью с экскурсоводами, исторические рассказы о Гомеле.

– Подготовка информационных статей о значении Льва Выготского для науки и культуры, его связи с городом Гомель.

3. Целевая аудитория:

– Определение целевой аудитории: любители истории, а также лица, интересующихся педагогикой и психологией.

– Анализ интересов и предпочтений целевой аудитории для создания персонализированного контента.

– Планирование рекламных кампаний с учетом возраста, интересов и географического положения потенциальных участников тура.

4. Бюджетирование и планирование:

- Расчет бюджета на создание и продвижение контента.
- Планирование расходов на рекламу в социальных сетях, включая таргетированную рекламу и рекламные посты.
- Оценка стоимости сотрудничества с блогерами и медиа-партнерами для организации совместных мероприятий и акций.

Ключевым ресурсом кампании является команда профессионалов, включающая маркетологов, дизайнеров и копирайтеров, которые обладают необходимыми навыками и опытом для создания убедительного и визуально привлекательного контента. Они будут работать над разработкой инновационных рекламных материалов, которые будут распространяться через интернет, включая социальные сети.

План продвижения учитывает текущие тенденции в медиапространстве и направлен на то, чтобы подчеркнуть уникальность культурно-познавательного тура, который предлагает участникам глубокое погружение в наследие Льва Выготского и богатую историю Гомеля.

Успешное продвижение экскурсионных туров требует не только качественного контента, но и грамотного использования медиаканалов для достижения максимального охвата целевой аудитории. Стратегическое планирование и эффективное бюджетирование рекламных кампаний позволяют оптимизировать расходы и повысить эффективность маркетинговых усилий.

В заключение, можно утверждать, что медиа являются неотъемлемой частью успешного продвижения экскурсионных туров, способствуя не только увеличению продаж, но и формированию положительного имиджа туристического продукта и направления в целом. Это подчеркивает необходимость интеграции медиастратегий в общий план маркетинговых и коммуникационных действий туристических компаний.

СПИСОК ИСТОЧНИКОВ

1. Сущинская, М. Д. Культурный туризм : учеб. пособие / М. Д. Сущинская. – СПб. : Изд-во СПбГУЭФ, 2010. – 128 с.
2. Лисевич, А.В. Маркетинг в туристской индустрии: учебное пособие для бакалавров / Лисевич А.В., Лунтова Е.В. – М.: Дашков и К, Ай Пи Эр Медиа, – 2018. – 174 с.

В. А. ЮНЧИК

Брест, БрГУ имени А.С. Пушкина

Научный руководитель – Н.И. Сухонос, ст. преподаватель, маг. экон. наук

МАРКЕТИНГОВОЕ ИССЛЕДОВАНИЕ МИНИ-ОТЕЛЯ «ГОГОЛЬ»

Маркетинговое исследование является важнейшим инструментом для понимания рынка, конкурентов и потребностей клиентов, особенно в постоянно изменяющейся сфере туризма и гостеприимства. Город Брест с каждым днем набирает популярность среди туристов, в связи с чем в индустрии гостеприимства конкуренция становится все более острой. Мини-отель «Гоголь» – один из часто посещаемых туристами отелей в городе. Но несмотря на это, отель мало известен даже среди жителей Бреста, в отличие от его конкурентов. Чтобы оценить эффективность деятельности предприятия и выявить возможные области для улучшения, необходимо провести SWOT-анализ мини-отеля «Гоголь», а затем разработать рекомендации по оптимизации его деятельности.

Мини-отель «Гоголь» довольно молод – он был открыт в 2017 году. Изначально это был хостел, однако спустя пару лет был реконструирован и получил статус отеля. Стоит отметить, что отель располагается на 1 и 2 этажах многоквартирного жилого дома.

Сильными сторонами данного гостиничного предприятия являются:

- удобное расположение: отель Гоголь расположен в самом центре Бреста, в 1,8 км от железнодорожного и автобусного вокзалов, в 2,8 км от автомобильного пограничного перехода «Варшавский мост». В пешей доступности от отеля находятся Мемориальный комплекс «Брестская крепость – герой», музей железнодорожной техники, парк культуры и отдыха 1 Мая, бассейн «Нептун», кафе и рестораны на ул. Советская и ул. Гоголя;

- присутствие на большом количестве платформ бронирования: забронировать номер в отеле действительно просто. Кроме официального сайта отеля (gogol.by), можно воспользоваться такими платформами как ostrovok.ru, 101hotels.com, sutochno.ru, bronevik.com, а также с помощью звонка или мессенджеров;

- доступные цены и удобство оплаты: отель предлагает конкурентоспособные цены, что делает его привлекательным для бюджетных путешественников, длительного проживания и корпоративных клиентов. Оплата принимается в любой форме (наличные, банковские карты VISA, MasterCard, МИР, UnionPay, БЕЛКАРТ или через систему Assist Belarus);

- персонализированное обслуживание: персонал мини-отеля уделяет индивидуальное внимание каждому гостю, обеспечивая высокий уровень сервиса и создавая ощущение домашнего уюта;

- положительные отзывы гостей: отель имеет высокие оценки и положительные отзывы на платформах бронирования и в интернет-площадках;

- возможность размещения с детьми и животными делает отель доступным для людей, которые путешествуют с детьми и со своими домашними питомцами;

- фирменная атрибутика: отель имеет собственный логотип и слоган, фирменные цвета, а также сувенирную продукцию.

К слабым сторонам отеля «Гоголь» следует отнести:

- ограниченное количество номеров: отель располагает 10 номерами и 3 апартаментами, где в совокупности может разместиться 45 человек. В периоды высокого спроса часто возникают трудности с размещением туристов;

- маленькая площадь номеров и плохая звукоизоляция: гости отеля, которые ценят комфорт, часто отмечают ощущение скованности в ограниченном пространстве. Также отмечают недостаток места для хранения вещей;

- трудность в поиске отеля на местности: несмотря на выгодное расположение относительно достопримечательностей, гости часто отмечают, что отель трудно найти, даже зная его адрес. Вход в отель расположен со внутренней стороны здания, а вывеска не отличается значительными размерами;

- отсутствие собственной парковки: отель предлагает гостям лишь парковочные места, которые расположены во дворе. К счастью для предприятия, несколько парковочных мест вблизи здания часто бывают свободны;

- отсутствие ресторана на территории: отель предлагает своим проживающим лишь общую оборудованную кухню. Питание в отеле не предусмотрено, а ближайшие предприятия питания располагаются не так близко к отелю, как хотелось бы;

- узкий спектр дополнительных услуг: отель предлагает к продаже прохладительные и горячие напитки, а также некоторые снеки. Некоторые базовые услуги в отеле считаются дополнительными (фен и утюг гости могут получить по просьбе, постирать вещи гости могут за дополнительную плату и т.п.).

- отсутствие официальной классификации отеля: несмотря на значительные сроки работы, отель до сих пор не имеет категории;

• отсутствие рекламы: на данный момент рекламой для отеля служит лишь его присутствие на многих площадках бронирования и довольные гости. Другие виды рекламы отсутствуют.

Таблица 1 – Матрица SWOT-анализа мини-отеля «Гоголь»

СИЛЬНЫЕ СТОРОНЫ	СЛАБЫЕ СТОРОНЫ
<ol style="list-style-type: none"> 1. Удобное расположение в центре города. 2. Присутствие на большом количестве платформ бронирования. 3. Доступные цены и удобство оплаты. 4. Персонализированное обслуживание. 5. Положительные отзывы гостей. 6. Возможность размещения с детьми и животными. 7. Атрибутика отеля. 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Ограниченное количество номеров. 2. Маленькая площадь номеров и плохая звукоизоляция. 3. Трудность в поиске отеля на местности. 4. Отсутствие собственной парковки. 5. Отсутствие ресторана или кафе на территории. 6. Узкий спектр дополнительных услуг. 7. Отсутствие классификации отеля по звездам. 8. Отсутствие рекламы.
ВОЗМОЖНОСТИ	УГРОЗЫ
<ol style="list-style-type: none"> 1. Увеличение номерного фонда и площади номеров. 2. Обеспечение лучшей ориентации гостей вблизи отеля. 3. Обеспечение парковочных мест. 4. Предоставление питания. 5. Внедрение дополнительных услуг. 6. Классификация по звездам. 7. Продвижение отеля. 8. Внедрение современных технологий. 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Высокая конкуренция в гостиничном секторе. 2. Сезонные колебания спроса. 3. Неблагоприятные экономические условия. 4. Политическая турбулентность. 5. Рост текущих расходов.

Несмотря на количество выявленных сильных сторон, в ходе SWOT-анализа были выделены и слабые стороны. Чтобы компенсировать выявленные недостатки были разработаны рекомендации по улучшению качества услуг. В силу ограниченного количества номеров, отель может сфокусироваться на высоком качестве обслуживания и персональном подходе к каждому гостю, что позволит создать уникальный и комфортный отдых для посетителей, или же рассмотреть возможность расширения номерного фонда. Для решения проблемы маленьких и плохо изолированных номеров отель может использовать звукоизоляционные материалы при ремонте номеров. Для улучшения поиска отеля на

местности, можно предложить трансфер от ж/д вокзала, а также предоставить детальные инструкции о местоположении отеля на его веб-сайте или использовать различного рода указатели. Отсутствие собственной парковки отель может компенсировать заключением договора с близлежащими стоянками. Для компенсации отсутствия ресторана на территории, отель может создать партнерские отношения с местными кафе и ресторанами, чтобы предоставлять специальные предложения для своих гостей. Расширить ассортимент услуг можно за счет организации экскурсий, трансфера гостей, предложения различных развлекательных программ, организации детской комнаты и т.п. Для привлечения клиентов отель может улучшить обслуживание и уровень комфорта, использовать программы лояльности для гостей, а также обеспечить эффективное продвижение (рекламные баннеры, реклама в СМИ, ведение социальных сетей и реклама в сети Интернет). Прохождение отелем классификации на звезды обеспечит гостям уверенность в своем выборе и повысит лояльность клиентов в будущем.

Таким образом, можно сделать вывод, что отель имеет потенциал для повышения эффективности своей деятельности путем реализации стратегий, направленных на увеличение известности, расширение услуг и управление сезонными колебаниями спроса. Реализуя эти стратегии, мини-отель «Гоголь» может укрепить свои позиции на рынке и удовлетворить потребности своих гостей.

РАЗДЕЛ 4. ЭКСКУРСОВЕДЕНИЕ И КУЛЬТУРНОЕ НАСЛЕДИЕ В ТУРИЗМЕ

В. А. БЕДУЛЯ

Брест, БрГУ имени А.С.Пушкина

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

ГАСТРОНОМИЧЕСКИЕ ТРАДИЦИИ БЕЛОРУССКИХ НАРОДНЫХ ПРАЗДНИКОВ

Роль гастрономии в белорусских праздниках и традициях играет важное значение, так как блюда и кулинарные обычаи являются неотъемлемой частью национальной культуры. Во время праздников белорусы придавали особое значение трапезе, приготавливая традиционные блюда, связанные с конкретными обрядами и историческими событиями.

Традиции играют огромную роль в белорусской гастрономии, оказывая значительное влияние на блюда, кулинарные техники, используемые ингредиенты и обряды питания [1].

Как же традиции влияют на гастрономию в Беларуси:

1. *Использование местных продуктов:* белорусская кухня в значительной степени основана на использовании местных продуктов и сезонных ингредиентов. Традиционные рецепты часто включают картофель, мясо, грибы, ягоды, мед, молочные продукты, рыбу, мёд и другие местные продукты.

2. *Традиционные блюда и способы приготовления:* белорусская кухня богата на традиционные блюда, такие как драники (картофельные оладьи), мясные рулеты, запеченные блюда, вареники, пироги с разнообразными начинками, картошка по-деревенски, борщ, капустные блюда, салаты и другие. Эти блюда отражают историю, культуру и вкусовые предпочтения белорусов.

3. *Пиршество и обряды питания:* в белорусской традиции уделяется большое внимание пиршеству и общению за столом. Различные обряды питания, такие как обряд разрезания пирога на свадьбе, деление первого куска на приближающемся Рождестве или Маковей на Купала, создают особую атмосферу семейного собрания и подчеркивают значение общения за столом.

4. *Символическое значение блюд:* многие белорусские блюда имеют символическое значение. Например, драники считаются символом богатства, блины – символом солнца и прихода весны, а самовар – символом гостеприимства и уюта.

5. *Региональные особенности*: разные регионы Беларуси могут иметь свои уникальные кулинарные традиции и предпочтения, отображающие местные продукты и влияние соседних культур.

Сейчас же мы можем обратить внимание на такие праздники как:

1. *Коляды* (Рождество): накрывается особая праздничная трапеза, на которой обязательно должны быть кутья (смесь меда, пшена и орехов), кутабы (шарики из пшенной каши), узвар (компот из сухофруктов). В рождественский вечер на столе всегда представлены такие блюда, как свинина, печеная утка, картофельные драники, капуста, пироги с маком или капустой.

2. *Масленица*: главное блюдо этого праздника – блины, которые обычно выпекаются из муки, молока и яиц. Символизируя круговорот времен и смену времен года, блины почитаются как символ солнца и прихода весны. В период Масленицы люди активно готовят блины с различными начинками, такими как творог, мед, икра, масло, пекут их в больших количествах и угощают родных и близких. В этот праздник принято употреблять сладкие блюда, такие как варенье и мед. Они символизируют плодородие и изобилие. Сыр и масло также играют важную роль в Масленице. Они символизируют богатство и изобилие.

4. *Свадьбы*: белорусская свадебная трапеза обычно включает в себя кутабы, пироги, белорусский борщ, запеченные блюда, вареники, картофельные блюда, а также различные десерты. Каждое блюдо на свадебной трапезе может нести в себе символическое значение, отражая пожелания молодоженам счастья, богатства, здоровья и процветания в новой жизни.

3. *Современные государственные праздники* (День Независимости Беларуси, Дожинки). В преддверии Дня Независимости могут проводиться фестивали и ярмарки с участием региональных производителей продуктов и блюд, где можно попробовать разнообразные белорусские деликатесы, сыры, мед, мясные изделия, кондитерские изделия и другие продукты. Государственные праздники стимулируют популяризацию белорусской кухни как части национального достояния, что привлекает внимание к традиционным блюдам и продуктам, способствуя сохранению культурных традиций. В дни государственных праздников готовят и подают на стол традиционные белорусские блюда, такие как картофель по-деревенски, мясные рулеты, пироги и другие национальные угощения.

Гастрономия в белорусских праздниках не только служит для утоления голода, но также является способом сохранения и передачи культурных традиций и ценностей. Блюда, приготовленные по традиционным рецептам, несут в себе историческое значение и сопровождаются обрядами, которые укрепляют и продолжают родовые и национальные традиции.

СПИСОК ИСТОЧНИКОВ

1. Обряды и традиции Беларуси [Электронный ресурс] – Режим доступа: <https://vetliva.ru/belarus/istoriya-i-kultura/traditions/>. – Дата доступа: 11.04.2024

Т.И. БРИШТЕН

Брест, БрГУ имени А.С. Пушкина

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

ЛИТЕРАТУРНОЕ НАСЛЕДИЕ ЕВГЕНИИ ЯНИЩИЦ КАК ТУРИСТИЧЕСКИЙ РЕСУРС ПИНЩИНЫ

Евгения Иосифовна Янищиц родилась 20.11.1948 года в дереве Рудка Пинского района в крестьянской семье. Училась сначала в местной начальной школе, потом — в Мерчицкой, а закончила 9, 10 классы в Порецкой средней школе.

Ее поэтический талант проявился довольно рано, еще в 7 классе, когда Женя, не найдя в деревенской библиотеке стихов–посвящений Якубу Коласу, подготовила к уроку литературы самостоятельно написанное произведение. Но неизвестно, как бы дальше сложилась судьба талантливой девочки из Полесья, если бы на ее пути не встретились люди, учителя, которые не только смогли рассмотреть, оценить ее поэтические способности, но и поддержать ее, убедить в необходимости продолжать литературные изыскания.

И, действительно, звезда Е. Янищиц, Ясельдянки, как она подписывала вначале свои стихи, взошла стремительно и ярко засверкала на поэтическом небосклоне Беларуси. В 1964 году в районной газете «Полесская правда» было опубликовано ее первое стихотворение «Голуб», а уже через год выпускница Порецкой школы Женя Янищиц принимала теплые и искренние поздравления земляков с победой в республиканском конкурсе юных поэтов, объявленном белорусской радиостанцией «Арляняты». В том же 1965 году ее стихи произвели настоящий фурор в редакции еженедельника «Літаратура і мастацтва», и один из сотрудников газеты Сергей Понизник, будущий муж Я. Янищиц, срочно выехал в Полесскую деревушку Велесница за произведениями талантливой девушки. Стоит заметить, что на то время Женя переписывалась с известными писателями, которых подкупала естественность и искренность ее мировосприятия, интересные и оригинальные художественные поиски юной поэтессы. Особенно ценила и с нетерпением ждала Женя критические слова Нила Гилевича, который, по словам ее матери, Марии Андреевны, стал для Янищиц настоящим поэтическим отцом.

В 1970 году, когда Я. Янищиц училась на пятом курсе филологического факультета БГУ, увидел свет ее первый сборник «Снежныя грамніцы». Доверчивые стихи поэтессы, стремление к все большему художественному совершенству, умение проникнуться чужой болью и мировосприятием дружно приветствовала тогдашняя критика, а, пожалуй, самый авторитетный литературовед в области поэзии Григорий Березкин написал обстоятельную и обнадеживающую рецензию на сборник. Кроме того, Женя активно печаталась в республиканской периодике. Еще студенткой Я. Янищиц принимают в Союз писателей Беларуси. Творчество полностью захватило поэтессу. Один за другим выходят полноценные книги поэзии «Ясельда» (1978), «На беразе пляча» (1980), «Каліна зімы» (1987), «У шуме жытняга святла» (1988), «Выбранае» (1988). За сборник стихов «Дзень вечаровы» ей была присуждена премия Ленинского комсомола Беларуси, а за книгу «Пора любові і жалю» – Государственная премия Беларуси имени Я. Купалы (1986).

Темой малой родины, знакомых сердцу мест и их обитателей, поэтесса, бесспорно, не ограничивается; она осознает себя дочерью великого, трудолюбивого и мужественного народа Беларуси, с его неповторимой культурой, богатым духовным наследием, драматической исторической судьбой.

О творческой манере письма Е. Янищиц, изюминке ее художественного таланта точно сказал В. Гниломедов, известный исследователь поэзии Брестчины: «Яўгенія Янішчыц – лірык перш за ўсё, цалкам і поўнасьцю». А это значит, что в ее поэзии, как ни у кого из других представителей изящной словесности мысль подчиняется чувству. Основой творчества, величайшим чувством и величайшим счастьем для человека, как утверждает в своих стихах поэтесса, являются всеобъемлющая в своих проявлениях любовь и интимный Остров любви. «Пачынаецца ўсё з любові, а інакш і жыць немагчыма» – эти строки из стихотворения «Ты пакліч мяне, пазаві...» стали своеобразной визитной карточкой поэтессы, хромотопно–чувственной квинтэссенцией ее творчества. Любовь, в понимании Я. Янищиц, понятие многомерное, отождествляемое с известным постулатом христианской морали и направленное или нет на всю жизнь человека.

Е. Янищиц ушла из жизни в 1988 году. На мемориальной доске, которая скромно смотрит из родительского дома на яркие краски осенних цветов, принесенных сюда поклонниками таланта Е. Янищиц по случаю праздника белорусской поэзии, выгравированы гениальные пророческие строки поэта, наполненные оптимизмом вечного примирения с родиной:

*Рукавочкам – да рукі,
Паяском да пояса,
З вамі разам, землякі,
І ў зямлі не боязна.*

Пинчане достойно отплатили талантливой землячке незабываемой памятью, вниманием и заботой о ее личности: в Порецкой школе создан музей знаменитой выпускницы, районной библиотеке присвоено имя Е. Янищиц, одна из улиц г. Пинска также носит ее имя.

СПИСОК ИСТОЧНИКОВ

1. Цупрык, Л.А. Літаратурная карта Берасцейшчыны: учеб. Пособие / Л.А. Цупрык. – Брэст: Брэсцкая друкарня, 2008. – 504 с.

А.Ю. ВАСИЛЕЧКО

Брест, 4 курс, БрГУ имени А.С. Пушкина

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

ГАСТРОНОМИЧЕСКИЙ ПУТЕВОДИТЕЛЬ: ПОНЯТИЕ, СОДЕРЖАНИЕ И ОСНОВНЫЕ НАПРАВЛЕНИЯ ПРИМЕНЕНИЯ

Гастрономический путеводитель (гид) – это комплексный ресурс, часто в виде книги, веб-сайта или публикации, который предоставляет детальную информацию о кулинарных традициях, местных блюдах, продуктах, методах приготовления и культурных аспектах конкретного региона или культуры. Он служит справочником для особ, которые интересуются изучением и пониманием гастрономии определённых областей, предоставляя информацию об истории, вкусах и значимости местной кухни.

В научном контексте гастрономический путеводитель (гид) может быть рассмотрен, как интегрированная система знаний, охватывающий разные научные дисциплины для тщательного исследования кулинарных традиций и кухонных практик определенного региона или культуры [1]. На научные гастрономические путеводители могут полагаться экскурсоводы при создании гастрономических туров. Гастрономический (научный) путеводитель включает в себя такие сферы изучения гастрономического туризма:

- культурную антропологию еды – исследования влияния исторических, социальных и экономических факторов на выбор продуктов, приготовление и дегустацию блюд;
- пищевую химию – рассмотрение химических процессов, таких как брожение, что определяют вкусовые и текстурные характеристики блюд;
- географические и сельскохозяйственные аспекты – изучение взаимодействия климата, географии и сельского хозяйства с пищевыми традициями и ингредиентами;
- науку о питании – анализ пищевой ценности и влияния разных блюд на здоровье;

- науку о сенсорике еды – рассмотрение влияния вкуса, запаха, текстуры и вида на общие впечатления от приёма пищи;
- технологию питания – обзор традиционных и современных методов приготовления и обработки пищи;
- экологию и постоянство – исследование экологического влияния производства еды, включая постоянство и этические аспекты.

В более распространённой форме гастрономические путеводители предназначены для туристов и ориентированы на предоставление информации о ресторанах, кафе, фермах, рынках, блюдах или кухнях в разных областях мира. В связи с активным развитием гастрономического туризма они стали неотъемлемой частью культурного опыта путешественников и важным средством информации. В зависимости от направленности путеводителя можно выделить четыре типа гастрономических путеводителей [2].

Таблица 1 – Типология гастрономических путеводителей

Тип гастрономического путеводителя	Краткая характеристика
Гастрономическая карта	Путеводитель, представленный в виде карты, позволяющий ориентироваться в кухнях разных стран
Ресторанный гид	Путеводитель, содержащий информацию о ресторанных и иных предприятиях питания, которые могут быть объектом интереса у туристов
Кулинарный гид	Путеводитель, содержащий информацию о блюдах, характерных для местности и предприятиях, где их можно попробовать
Винный путеводитель	Путеводитель по маршрутам, связанным с виноделием

Таблица 2 – Особенности гастрономического путеводителя

Особенности гастрономического путеводителя	
Акцент на местной кулинарной культуре и кухне	Рецензии и рекомендации относительно местных ресторанов и блюд
Предоставление рецептов для приготовления блюд местной кухни	Информация о местной продукции и рынках
Сведения о проводимых гастрономических мероприятиях и фестивалях	Практическая информация, помогающая туристам насладиться гастрономической культурой региона
Указатели и карты, облегчающие поиск ресторанов, кафе и др.	Культурно-исторические аспекты, связанные с продуктами питания и особенностями кулинарии

Стоит отметить, что в связи с активным развитием гастрономического туризма и постоянной цифровизацией, структура гида может изменяться, а

некоторые пункты вовсе могут опускаться. Ориентируясь на все выше сказанное, выделяются такие особенности гастрономического путеводителя:

Учитывая разносторонний подход к сбору информации в гастрономическом путеводителе можно выделить несколько направлений использования гастрономических путеводителей:

- Открытие новых локаций, ресторанов и кухонь;
- Популяризация местных кухонь;
- Обозначение заведений высокой кухни;
- Поиск более бюджетных вариантов для трапезы;
- Организация путешествия на основе личных гастрономических предпочтений;
- События и фестивали;
- Рекомендации местных жителей либо критиков;

Подводя итоги, стоит отметить, что гастрономический путеводитель разрабатывается таким образом, чтобы быть не только информативным и вдохновляющим, но и вспомогательным средством для туристов, исследующих местную гастрономическую культуру во время своего путешествия. В зависимости от определённого региона или отдельной страны направления применения гастрономических путеводителей могут меняться, однако все они помогают путешественникам и местным жителям изучать и наслаждаться кулинарными возможностями различных регионов мира.

СПИСОК ИСТОЧНИКОВ

1. Гладчук, О. П. Гастрономический туризм. Курс лекций. 2022. [Электронный ресурс] – Режим доступа: <https://moodle.gi.edu.ua/mod/resource/view.php?id=70625>. – Дата доступа: 23.03.2024.

2. Корнилова, В. В. Современные тенденции развития гастрономического туризма. Эффективная экономика. 2018. [Электронный ресурс] – Режим доступа : <http://www.economy.nauka.com.ua/?op=1&z=6112>. – Дата доступа: 22.03.2024.

Е. С. ВОЛОЧКОВИЧ

Брест, БрГУ имени А.С. Пушкина

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

ЕВРЕЙСКАЯ ТЕМАТИКА КАК ЭМОЦИОНАЛЬНЫЙ КОМПОНЕНТ ИНТЕРЕСА ЧЕЛОВЕКА

Цель работы – выявить важность интересов туристов при планировании и предоставлении экскурсионной деятельности, а также

рассмотреть причины возникновения и роста интереса современного общества к еврейской тематике.

Психологами неоднократно отмечалось особое значение эмоций (эмоциональной окрашенности, привлекательности, эмоционального тона) в характеристике такого психического состояния как интерес. Американский психолог К. Изард трактует интерес исключительно как особую эмоцию «интереса-возбуждения», он также отмечает, что эмоции составляют первичную мотивационную систему человека. На уровне переживания эмоция интереса-возбуждения проявляется чувством захваченности, зачарованности, любопытства. У человека, испытывающего интерес к предмету, человеку, ситуации или явлению, возникает желание исследовать объект интереса, познать его, принять участие в происходящем, поглотить информацию, расширив тем самым свое «Я», испытать новые переживания от взаимодействия с объектом, возбуждившим интерес. При интенсивном интересе, или возбуждении, человек испытывает воодушевление. Именно оно обеспечивает связь интереса с познавательной и двигательной активностью.

Интерес туриста играет важную роль в контексте экскурсий. В конечном счете, цель экскурсии состоит в том, чтобы предоставить туристу информацию, развлечение и уникальный опыт. Если турист не заинтересован или не вовлечен в экскурсию – это может отразиться на его удовлетворенности и общем впечатлении от поездки.

Когда турист интересуется темой экскурсии, он более склонен внимательно слушать гида, задавать вопросы и активно участвовать в процессе. Это помогает создать более глубокую и познавательную экскурсионную программу, удовлетворить интересы туриста и оставить положительное впечатление.

Кроме того, интерес туриста может повлиять на его мотивацию и желание участвовать в дальнейших экскурсиях или даже вернуться в этот регион в будущем. Удовлетворенный и заинтересованный турист может стать одним из лучших пропагандистов для данного туристического направления, рекомендуя его своим друзьям и знакомым.

Поэтому при разработке экскурсионных программ важно учитывать интересы и предпочтения туристов, чтобы создать максимально привлекательный и ценный опыт для каждого индивидуального посетителя.

На сегодняшний день наблюдается рост интереса современного общества к еврейской тематике, что может быть обусловлено несколькими причинами. Некоторые люди интересуются еврейской культурой из исторического или культурного любопытства, другие могут быть вовлечены в исследовательскую работу или изучение религиозных и культурных

традиций. Вот несколько возможных целей, которые могут быть связаны с интересом к еврейской тематике:

1. *Историческое и культурное наследие:* Евреи имеют богатую историю, которая оказала значительное влияние на мировую культуру. Многие люди интересуются историческими аспектами еврейской культуры, такими как древние цивилизации, Библия, еврейские мудрецы и их вклад в области науки, философии, искусства и многие другие. Изучение истории евреев, их миграций, опыта и влияния на различные области человеческой деятельности может помочь лучше понять мир и события, происходящие в нем.

2. *Межкультурное понимание:* Интерес к еврейской культуре может быть связан с желанием развивать межкультурные навыки и понимание, узнавать о различиях и сходствах между еврейской культурой и другими культурами. В мире, где множество культур сосуществуют и взаимодействуют, интерес к еврейской культуре может быть связан с желанием понять и уважать различия и сходства, исследовать и оценить множество культурных перспектив.

3. *Религиозное исследование:* Еврейская культура и иудаизм имеют глубокие религиозные корни. Некоторые люди могут быть привлечены к изучению и пониманию иудаизма как одной из древнейших мировых религий и интересоваться его учениями и обрядами. Интерес может быть связан с желанием изучить религиозные тексты, обычаи и получить глубокий взгляд на еврейскую религиозную традицию.

4. *Литература и искусство:* Евреи внесли значительный вклад в мировую литературу, музыку, кинематограф и другие формы искусства. Произведения еврейских писателей, композиторов, режиссеров и художников могут привлекать интерес своим уникальным стилем и содержанием. Еврейская культура имеет богатое литературное и художественное наследие, и интерес может быть связан с изучением еврейской литературы, музыки, кино или других форм искусства.

5. *Семейное и генеалогическое исследование:* Для некоторых людей интерес к еврейской тематике может быть связан с желанием изучить свои семейные корни, историю своей семьи и происхождение. Особенно это характерно для региона бывшей Речи Посполитой. После введения черты оседлости, еврейское население было ограничено в миграционной мобильности, а длительное нахождение в одной местности приводило постепенно к появлению смешанных браков.

6. *Холокост и его последствия:* Холокост был одной из самых трагических глав в истории человечества, и он оказал глубокое влияние на современное общество. Многие люди интересуются и изучают Холокост,

чтобы лучше понять его исторические, социальные и моральные аспекты, а также для просвещения и предотвращения подобных событий в будущем.

7. *Геополитический контекст*: События, связанные с Израилем и ближневосточным конфликтом, могут привлекать внимание и вызывать интерес к еврейской тематике.

Таким образом, можно сделать вывод, что учет интересов туристов играет ключевую роль в экскурсионной деятельности. Это помогает удовлетворить потребности туристов, повысить их мотивацию, а также способствует развитию лояльности и рекомендациям. На данный момент существует множество причины возникновения и роста интереса современного общества к еврейской тематике. Эти причины могут существенно отличаться в зависимости от индивидуальных интересов и опыта. Заинтересованность еврейской тематикой является личным выбором человека, и каждый может иметь свои собственные цели для изучения и погружения в эту культуру.

СПИСОК ИСТОЧНИКОВ

1. Тяга к еврейству: праздное любопытство или голос крови? [Электронный ресурс]. – Режим доступа: https://ru.chabad.org/library/article_cdo/aid/2946561. Дата доступа 03.04.2024.

2. Чувство страха как эмоциональный компонент интереса молодёжи к фильмам и мистике [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/chuvstvo-straha-kak-emotsionalnyy-komponent-interesa-molodezhi-k-filmam-uzhasov-i-mistiki/viewer>. Дата доступа 03.04.2024.

3. Туристский интерес: что это такое и почему он важен для развития туризма [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://nauchniestati.ru/spravka/turistskij-interes/>. Дата доступа 03.04.2024.

Б. П. КОРСАК

Гродно, ГрГУ имени Янки Купалы

Научный руководитель – В. Г. Корнелюк, канд. истор. наук, доцент

ОСОБЕННОСТИ РЕЛИГИОЗНОГО ТУРИЗМА

Религиозные места – это всегда хранители богатого культурного и исторического наследия. Они неизменно привлекают к себе туристов, интересующихся историей и культурным достоянием. Этот вид туризма также предлагает образовательные и культурные возможности. Это поездка, чтобы исследовать религиозные места и изучать их историко-религиозную историю.

Исторически сложилось так, что архитектура и отделка религиозных зданий всегда отличались высочайшим мастерством и артистизмом, и сегодня крупные соборы являются одними из самых посещаемых достопримечательностей. С каждым годом всё больше увеличивается поток туристов, путешествующих с религиозными ориентирами.

Туристические потоки посетителей преимущественно сосредоточены в церквях и монастырях, каждый из которых имеет исключительные характеристики: особенно впечатляющий размер, необычное расположение (например, на горе или острове), ценное художественное сокровище (алтари или картины), известные люди (например, известные настоятели или художники), трогательные истории (о реликвиях, которые, как говорят, обладают особой целительной силой) и удобная доступность (например, в центре города).

В Республике Беларусь сохранилось множество православных и католических храмов, монастырей и многих других религиозных объектов, которые стали предпочтительными местами для посещений у туристов. Существовая на пересечении православного и римско-католического миров, Беларусь превратилась в страну, где мирно действуют две христианские конфессии.

Наша страна обладает существенными ресурсами для становления религиозного туризма: «В XVII-XVIII веках в белорусских городах и поселках были построены удивительные ансамбли католических костелов и монастырей в стилях барокко, готики и неоготики. Они стали настоящими архитектурными жемчужинами страны, культовыми сооружениями» [1].

Среди известных римско-католических храмов Беларуси: Собор Святого Франциска Ксаверия в Гродно – Фарный костел. В храме находится самый высокий деревянный алтарь, украшенный более чем 20 апостолами и святыми. На одной из башен установлены старейшие в Европе часы.

Собор Святого Франциска Ксаверия – один из трех храмов в Беларуси, носящих титул малой базилики. В 1990 году Святой отец Иоанн Павел II присвоил храму этот титул. Так награждают святыни, имеющие большое историческое и религиозное значение. В Беларуси есть три небольшие базилики. Они расположены в Будславе, Пинске и Гродно. Город Гродно в канун католического Рождества первый принимает Вифлеемский огонь в Фарном костеле.

Костел Святого Франциска Ксаверия является «визитной карточкой» города Гродно. Его голубую крышу изображают на всех открытках города. Собор включен практически во все обзорные экскурсии по городу.

В храме находится 13 алтарей: 1 главный и 12 боковых. У всех боковых храмов имеются небольшие доски с информацией об алтаре и святых. Есть

возможность зажечь свечку у любого алтаря за совсем небольшое пожертвование.

В костеле находится уникальный орган. Этот орган является самым большим историческим органом на всей территории Беларуси.

На башнях собора размещены флигели в виде ангелов. Существует легенда, что, когда грянет конец света (апокалипсис), эти флигели повернутся лицом друг к другу [2]. Внутри храма действует небольшая парафиальная лавка с различной продукцией: там можно найти открытки, подвески, книги, молитвенники, розарии и т.д.

Экскурсионный показ в костёле Святого Франциска Ксаверия в Гродно может выглядеть следующим образом: «Знакомство перед входом в костёл – небольшой рассказ об истории создания костела и иезуитского коллегияума – показ главного алтаря и рассказ в наосе – показ и рассказ об иконе Матери Божьей Снежной в южном трансепте – показ и рассказ об конфессионалах, расположенных по периметру храма – показ и рассказ о фресках, посвященных жизни и деятельности Святого Франциска Ксаверия – показ и рассказ об алтаре Архангела Михаила – показ и рассказ об органе – немного свободного времени для самостоятельного осмотра интерьера» [3].

Перечисленные объекты показа и рассказа свидетельствуют, что экскурсия будет вестись во всем пространстве костела. Действующий храм, коим является гродненский костёл Св. Ф. Ксаверия, каждый день живет своей жизнью религиозного учреждения. И экскурсии в нём не должны входить в противоречие с главным предназначением храма – местом обращения прихожан к Богу. Это значит, что при подготовке экскурсии в культовом сооружении перед экскурсоводом стоит ряд особых задач. Храм в определенном смысле не представляет из себя музей в классическом понимании, хоть там и можно найти множество интересных объектов осмотра. Также важно помнить, что в подобных местах могут быть запреты на определенные перемещения.

Экскурсоводу следует предварительно подготовить своих экскурсантов перед входом в храм: рассказать о правилах поведения во избежание конфликтных ситуаций, религиозном этикете. Экскурсовод должен сам хорошо разбираться в порядках поведения, так как в этой ситуации он служит примером для своих экскурсантов. Ответственность за действия группы в храме несет экскурсовод. Ему следует деликатно подправлять поведение группы. Кроме всего прочего, экскурсовод должен отметить, что представители других конфессий и атеисты также имеют право находиться в костеле и не обязаны совершать крестное знамение или преклонять колена, но в остальном должны соблюдать те же правила этикета, что и верующие.

Необходимо напомнить экскурсантам, что посещение храмов не предназначено исключительно для туристов, но в первую очередь для верующих, которые приходят в эти места с целью посещения Святой Мессы или индивидуальной молитвы. Поэтому соборы должны регулировать большой поток посетителей в определенное время – например, путем закрытия во время богослужения.

Также при посещении католической церкви, как верующим, так и туристам, необходимо придерживаться одинаковых шаблонов поведения и внешнего вида.

Для правильного восприятия экскурсионной информации, объектов показа и рассказа, в ходе экскурсии важно в оптимальном объеме донести до экскурсантов специфические характеристики как внешнего, так и внутреннего убранства культового сооружения, объяснить ключевые особенности поведения в храме.

Следует добавить, что неверующие экскурсанты или экскурсанты других конфессий или религий аналогично имеют полное право на посещение католической церкви и экскурсии в ней. Но, естественно, обязаны придерживаться таких же правил этикета и с уважением относиться к посещаемому объекту, традициям, обычаям, реликвиям и т.д.

В католическом храме обычно царит тишина, поэтому экскурсоводу следует говорить тихим голосом, чтобы не нарушать атмосферу молитвы и сосредоточенности. Он должен выражать уважение к святыне. Религиозным обрядам и верующим, находящимся в храме.

Перед экскурсией кроме контрольного текста экскурсоводу рекомендуется изучить также основные аспекты католической веры. Это необходимо для того, чтобы во время рассказа у него была возможность свободно и толково отвечать на все интересующие экскурсантов вопросы.

Особенности проведения экскурсии в католическом храме могут варьироваться в зависимости от конкретного храма и его правил. Следовательно, нужно держаться установленных указаний и правил. Если есть какие-либо ограничения или запреты, руководитель группы обязательно должен сообщить об этом участникам экскурсии. Экскурсовод должен быть вежливым, доброжелательным и готовым пояснить экскурсантам все интересующие моменты.

Правильное сочетание участниками экскурсии правил нахождения в храме с активным вниманием к экскурсоводу позволит им в ещё большей степени воспринять ту энергетику, которую несёт каждое культовое сооружение. Это восприятие необходимо рассматривать важным результатом религиозного туризма.

СПИСОК ИСТОЧНИКОВ

1. Главные католические святые Беларуси [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://ru.belarus.travel/news/glavnye-katolicheskie-sviatyni-belarusi> - Дата доступа: 28.02.2024.

2. Собор Святого Франциска Ксаверия (Гродно) [Электронный ресурс]. – Режим доступа: [https://ru.wikipedia.org/wiki/Собор_Святого_Франциска_Ксаверия_\(Гродно\)#Храм_в_легендах](https://ru.wikipedia.org/wiki/Собор_Святого_Франциска_Ксаверия_(Гродно)#Храм_в_легендах) – Дата доступа: 28.02.2024.

3. Фарный костел в Гродно [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://msj.by/katolicheskie-xramy/farnyj-kostel-v-grodno/#istoriyafa> - Дата доступа: 28.02.2024.

Д.А. КУЗНЕЦОВА

Брест, БрГУ имени А.С. Пушкина

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

ПОПУЛЯРНЫЕ СОБЫТИЙНЫЕ МЕРОПРИЯТИЯ КАК ФАКТОР РАЗВИТИЯ ТУРИЗМА В БЕЛАРУСИ

Фестивали – это место, где творчество и искусство находят свое проявление. Музыкальные, художественные, литературные и другие фестивали вдохновляют как участников, так и зрителей. Они способствуют развитию творческого потенциала, поддерживают творцов и помогают им найти свою аудиторию, поэтому ежегодно в разных городах Беларуси проходит большое количество фестивалей и праздников.

Международный фестиваль искусств «Славянский базар» в Витебске. Самый известный фестиваль Беларуси впервые прошёл в 1992 г. Участниками «конкурса» являются три страны: Беларусь, Россия, Украина. Идея фестиваля заключается в единении славянских стран, развитии культурных связей между народами. Во время фестиваля оживает и сам город. Сюда приезжают деятели искусства, художники, ремесленники, которые устраивают на пешеходных улицах Витебска рядом с рекой Западная Двина выставки своих произведений. На площадях проводятся различные развлекательные программы, а местные заведения готовы предоставить всем гостям вкусные угощения.

Международный фестиваль органной музыки «Званы Сафii» ежегодно проходит в г. Полоцке с 1996 г. Фестиваль давно вписан в ежегодный календарь культурных событий Беларуси как один из самых ярких музыкальных проектов, благодаря которому Полоцк становится центром мирового органного исполнительства. Главная цель – популяризация органного исполнительского мастерства: знакомство с классическим наследием композиторов органной музыки прошлых столетий и

современности, органной культурой других стран и развитие международных творческих связей. Площадкой фестиваля традиционно является памятник архитектуры XI века – Полоцкий Софийский собор. Гости Полоцка могут посетить не только фестиваль органной музыки, но и также многочисленные музеи города, в том числе уникальные святыни белорусской земли – Крест и мощи Святой Евфросинии Полоцкой, которые хранятся в Спасо-Ефросиньевском монастыре – памятнике архитектуры XII века.

В августе каждый год под стенами средневекового Мирского замка, включенного в список всемирного наследия ЮНЕСКО, проходит атмосферный музыкальный фест «*Mirum Music Festival*». Уникальность этого события состоит в том, что этот фестиваль – первый в Беларуси и на территории стран СНГ open-air проект, в котором акцент музыкального формата ставится на разнообразии жанров и стилей музыки. Сейчас фестиваль стал одним из самых важных и долгожданных музыкальных событий Беларуси. За многие годы проведения фестиваля на нем выступали известные исполнители из разных стран. «*Mirum Music Festival*» – это ярчайший состав музыкантов, прекрасная погода, фудкорт, различного рода развлечения, ярмарка, много веселья и положительных эмоций.

Рождественские балы в Мирском замке – это одно из самых ярких и незабываемых событий в культурной жизни Беларуси. Доброй традицией стало ежегодное проведение таких балов в средневековом замке. Данное мероприятие с каждым годом приобретает всю большую популярность: количество участников и зрителей неизменно растёт. В местечко Мир приезжают гости не только из Беларуси, но и из-за рубежа. Каждый год рождественские балы проходят по новому сценарию – концепция мероприятия разрабатывается задолго до события. Неизменными остаются роскошные интерьеры Мирского замка, в которых проходят балы, а также незабываемая атмосфера, создаваемая придворными музыкантами и хозяевами замка.

Окунуться в эпоху рыцарства, примерить старинную одежду и доспехи, пострелять из лука, поучаствовать в поединке с воином, прогуляться по «Городу мастеров» и приглашает средневековый город Мстиславль в Могилёвской области. «*Рыцарский фест*» – региональный праздник средневековой культуры, который проводится ежегодно с 2008 года и длится два дня. Во время праздника суровая романтика средневековья окутывает Мстиславль. Об эпохе мужественных рыцарей здесь напоминает буквально все: по улицам гуляют благородные воины и их леди в реконструированных древних нарядах. На улицах города и сценических площадках выступают музыканты, в «Городе мастеров» ремесленники торгуют своими изделиями из глины, металла, войлока и др. На разных фестивальных площадках на

протяжении всего праздника выступают фольклорные коллективы, исполняющие средневековую музыку.

Минский международный кинофестиваль *«Лістапад»*. Ежегодно в ноябре в Минске авторитетное международное жюри смотрит и оценивает более сотни лучших картин со всего мира. В основной конкурсной программе фестиваля в категориях игрового и документального кино принимают участие новые фильмы, созданные в странах СНГ, Центральной и Юго-Восточной Азии, странах Балтии, Восточной и Центральной Европы. Для молодых и начинающих режиссёров существует отдельная номинация-конкурс *«Молодость на марше»*, в котором соревнуются картины со всего мира, уже получившие признание зрителей и кинокритиков.

Международный театральный фестиваль *«Белая Вежа»*. Международный театральный фестиваль, проходящий в Бресте. Фестиваль проводится с октября 1996 года. Назван в честь Белой Вежи в Каменце, где на протяжении первых лет существования проходило открытие фестиваля. Один из крупнейших и престижнейших фестивалей, проходящих в Западном Полесье Беларуси. В фестивале принимают участие не только драматические, но и кукольные, а также танцевальные коллективы со всего мира, представляющие различные театральные школы. *«Белая Вежа»* помогает молодым коллективам развивать театральное мастерство, навыки драматургии, режиссуры и актёрского искусства. На фестивале принято обсуждать спектакли, проводить круглые столы и различные театроведческие конференции. За более чем двадцать лет существования фестиваля в нём участвовали коллективы из 57 стран.

Международный кулинарный фестиваль *«Мотальскія прысмакі»*. Грандиозный праздник белорусской кухни летом принимает небольшой агрогородок Мотоль Брестской области. Фестиваль проходит одновременно на нескольких площадках. Вдоль главной улицы устанавливаются дегустационные ряды, где местные жители выставляют свои «прысмакі» – блюда, рецепты которых передавались в их семьях из поколения в поколение. Здесь можно попробовать местные сыры, овощи, хлеб, пироги, аппетитные колбасы и копчености. Также в программе праздника - ярмарка, выступление народных коллективов, мастер-классы по кулинарии и традиционным белорусским ремеслам.

Международный форум театрального искусства *«Teatr»*. Театральный фестиваль проводится в городе Минск с 2011 года и традиционно привозит в столицу Беларуси только признанные образцы театрального искусства, отмеченные различными наградами, новаторские и экспериментальные постановки. Гостей фестиваля ожидают самые громкие режиссерские имена, блистательная игра актеров, мастер-классы, встречи с создателями спектаклей, открытые дискуссии.

Всебелорусский фестиваль народного юмора «Автюки». Веселое мероприятие Беларуси проводится в июле в Полесской глубинке – деревне Автюки Гомельской области. Организаторы фестиваля анонсируют развлекательную программу от весельчаков со всей страны, конкурс юмористов, торговые ряды ремесленников с сувенирами из дерева, металла, соломки, дегустации местных «автюковских» блюд и, конечно же, местной самогонки «роготухи», лотерею с розыгрышем овощей, кур и петухов.

Каждое из перечисленных мероприятий способствует формированию тематического туристического продукта и тем самым содействует развитию как внутреннего, так и въездного туризма.

О.С. ЛЫСЕНКО

Гродно, ГрГУ имени Янки Купалы

Научный руководитель – В. Г. Корнелюк, канд. ист. наук, доцент

МАРШРУТ ВЕЛОСПЕДНОГО ПОХОДА ПО ВОЛОЖИНСКОМУ РАЙОНУ «ДОРОГАМИ ЯДВИГІНА Ш.»

Воложинщина имеет богатую историю, она стала малой родиной для многих знаменитых политических деятелей, писателей и даже художников. И создание нового туристического продукта способствует популяризации самого края. Поэтому был создан новый туристический продукт: велосипедный поход.

Идеей для проектирования велосипедного похода по Воложинскому району, стало обращение к одному эпизоду из биографии белорусского писателя, чей псевдоним – Ядвигин Ш. Настоящее имя литератора – Антон Иванович Лявицкий (1868-1922). Это – писатель, публицист, один из первых, кто начал писать белорусскую прозу. Ядвигин Ш. – один из наших первых романистов. Его заслуги перед литературой значительны. Он писал в основном о трудящихся, а его работы отличаются высокими художественными качествами.

Особо значительных успехов Ядвигин Ш. достиг в баснях в прозе. Его произведения отличает настоящая глубина образов, интересный сюжет и хороший, точный язык.

Велосипедный поход основан по мотивам дорожных заметок Ядвигина Ш. Дорожные заметки или «Лісты з дарогі», это воспоминания и эмоции писателя, во время совершения своего похода длиной в 500 километров от г. Вильно до д. Карпиловки.

В дорожных заметках Ядвигин Ш. длится своими воспоминаниями о детстве и юности, а также и о местах, которые он впервые посетил, и о людях, которых он встретил в то время [6, с. 1]. Детство Антона Ивановича

Левицкого прошло именно на Воложинской земле. Поэтому маршрут писателя проходит через Воложинский район основные остановки велосипедного похода: городской посёлок Ивенец – д.малая Люцинка – д.Першаи – Воложин. Маршрут проходит по старой дороге Вильно–Минск.

Начало велосипедного похода начинается в городском посёлке Ивенец. Основные достопримечательности: костёлы Св. Михаила Архангела, Св. Алексея и музей традиционной культуры.

В дорожных заметках Ядвига Ш писал, что Ивенец это «старасвецкае мястэчка», об этом говорит два костёла, которые по легенде объединяются подземным ходом [1, с. 82].

Первый костёл Костел Св. Михаила Архангела, построенный в 1749 г., он является центральной частью монастыря францисканцев, который был основан в Ивенеце в 1702 г. Этот храм является одним из ярких примеров виленского барокко на территории Беларуси.

Второй костёл в Ивенеце был построен в 1907 г. в честь Св. Алексея в неоготическом стиле из красного кирпича.

В книге «Память» Воложинского района, упоминается, что Ивенец занимал второе место после агрогородка Раков в гончарном деле [1, с. 34]. А также в заметках Ядвига Ш сделал акцент на керамике ивенецких мастеров [1, с. 83].

На данный момент в Ивенеце находится музей традиционной культуры, где все желающие могут ознакомиться не только с гончарным делом ивенецких мастеров, но и с другими ремёслами: ткачество, кузнечное дело и резьбой по дереву. Также в музее есть мастер-классы по данным видам ремёсел, где мастера-методисты сохраняют и транслируют традиции изготовления ремесленных изделий [2, с. 30].

Следующим основным местом остановки является д. Малая Люцинка. Основная достопримечательность: дом знаменитого белорусского писателя Викентия Ивановича Мартинкевича (Винцента Дунина-Мартинкевича). В своих заметках Антон Левицкий с теплотой вспоминает Люцинку [1, с. 84].

Дочь Дунина-Мартинкевича – Камилла, организовала в доме писателя школу, в которую и ходил юный Антон Левицкий. Именно здесь и зародилась его любовь к родному краю.

Следующим пунктом вело-маршрута является д. Першаи. Основная достопримечательность: Дом Антона Ивановича Левицкого. Именно в Першаих находится дом, который принадлежал в то время роду Тышкевичей, где позже проживала семья Левицких [4, с. 4]. В самом доме находится экспозиция, посвящённая Антону Ивановичу Левицкому.

С Першаев Антон Левицкий продолжил свой путь в направлении г. Воложин. Основными достопримечательностями Воложина являются:

дворцово-парковый ансамбль Тышкевичей, Костёл Св. Иосифа, иешива, дом-музей поэта Старого Власа и краеведческий музей.

Город Воложин сам по себе – историческое место, совмещающее в себе уникальнейшие исторические объекты материальной и нематериальной культуры. Владели городом многие знаменитые рода, последний из которых был род Тышкевичей.

Во времена владения рода Тышкевичей, был построен дворцово-парковый ансамбль и костёл, и оба в стиле классицизм. Два корпуса располагаются напротив друг друга и имеют идентичное оформление.

Так, дворцово-парковый ансамбль имеет П-образную форму. А костёл больше напоминает античный храм Древней Греции. Рядом с костёлом расположены гармоничные по стилю ворота-звонница, построенные в 1829 г. Их массивное сооружение увенчано фронтоном, в арках помещены три бронзовых колокола. Костёл открыт для посещения, а действующий ксендз Генрих (Околотович) с удовольствием рассказывает туристам историю этого храма.

В своих заметках писатель упоминает знаменитую Воложинскую иешиву, духовное учебное заведение, в которое ехали учиться почти со всего мира на раввинов. Иешива, уникальный исторический памятник XIX в., построенный в стиле классицизм, который стоит в Воложине и по сей день. Долгие годы иешива была закрыта, и вот наконец скоро начнутся реставрационные работы, и иешива снова будет открытой для посещения.

Следующим объектом посещения является музей Старого Власа. Ядвига Ш. был редактором в газете «Наша Нива», благодаря которой, знал много талантливых и знаменитых белорусских писателей, один из них публиковал свои работы в газете под псевдонимом Старый Влас [1,104с]. Настоящее имя писателя – Сивы-Сивицки Владислав Петрович (1865-1939). Этот писатель родился, жил и писал свои произведения в Воложине. Сохранился дом писателя, где находится музей.

Воложинский краеведческий музей – следующая остановка велосипедного похода, интересен музей тем, что там туристам расскажут о самом сердце Воложинского района – Налибокской пуще, а также о временах Ядвина Ш.

Данный маршрут является двухдневным с одной ночёвкой, размещение туристов в агроусадьбе «Домик на Ислочи» в д. Белакорец. Также на каждой остановке будут присутствовать объекты питания и обязательные санитарные остановки.

Новый велосипедный поход «Дорогами Ядвина Ш.» сближает как с природой, так и с историей родного края.

СПИСОК ИСТОЧНИКОВ

1. Памяць: гіст.-дакум. хроніка Валожынск.р-на / У кл. Я. Я. Янушке-П 15 віч. – Мінск.: Мастацкая літаратура, 1996.– 454 с.
2. Воложинщина приглашает: туризм и отдых. – Воложин, 2024. – 40 с.
3. В.І.Дунін-Марцінкевіч / Фонд ГУ «Воложинский краеведческий музей». – 6 с.
4. Пяршаі / Фонд ГУ «Воложинский краеведческий музей». – 13 с.
5. Ядвігін Ш. – да 95-годдзя друкавання “Лістоў з дарогі” у “Нашай ніве”./ Фонд ГУ «Воложинский краеведческий музей». – 2 с.
6. Ядвігін Ш./ Фонд ГУ «Воложинский краеведческий музей». – 3 с.
7. Достопримечательности Воложинский район. Туристическая карта // Путеводитель. – Воложин, 2024. – 2 с.

Д. Р. МИРУК

Брест, БрГУ имени А.С. Пушкина

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

БИОГРАФИИ ИСТОРИЧЕСКИХ ЛИЧНОСТЕЙ КАК РЕСУРС ДЛЯ РАЗВИТИЯ КУЛЬТУРНО-ПОЗНАВАТЕЛЬНОГО ТУРИЗМА В РАЙОНАХ БРЕСТСКОЙ ОБЛАСТИ

Белорусская земля на протяжении многих веков дарила нам известных исторических, политических деятелей, музыкантов и актеров, писателей и художников. Их вклад в науку и культуру прослеживается и по сегодняшний день. Нас интересуют их работы, действия и мнения на определенные ситуации, также немаловажна для нас, история их жизни, награды, предпочтения. Для многих людей они являются кумирами и людьми для подражания.

Рассмотрим более подробно в разрезе некоторых районов области достопримечательности, носящие имена известных личностей, для сохранения памяти о их достижениях и подвигах:

Брестский район. Усадьба Немцевичей в д. Скоки [1]. Здесь бывали самые известные люди своего времени, здесь подписывались важнейшие исторические документы, здесь развивалось искусство. И все это было почти утеряно, притом, что само здание смогло выстоять во время войн, пожаров, ограблений.

Музей космонавтики в д. Томашевка – единственный в Беларуси музей такого профиля, посвящен П.И. Климуку, первому космонавту Беларуси. Посетители музея смогут увидеть тут более 200 тематических экспонатов.

Барановичский район. Музей-усадьба Адама Мицкевича в д. Заосье – усадьба полностью реконструирована в 1990-х гг. До наших дней

сохранились только старая липа и небольшой пруд. Музейный комплекс образец планировки типичного шляхетского фольварка к. XVIII-пер. пол. XIX в. В центральной части комплекса расположен дом, рядом с ним – амбарец, хлев и гумно.

Дворец Радзивиллов в д. Полонечка – памятник архитектуры эпохи классицизма – двухэтажный дворец, с примкнувшим к нему по бокам одноэтажными флигелями. В настоящее время здание пустует. Представляет ценность наружная архитектура здания.

Дрогичинский район. Часовня-усыпальница Э.Ожешко в д. Закозель – является одним из красивейших зданий, построенных в стиле неоготики на территории Беларуси. Этот восхитительный памятник архитектуры так и притягивает взгляд путешественника своей чарующей силой, таинственной атмосферой и историческим прошлым.

Ивановский район. Музей Н.Орды в Вороцевичах – экспозиция музея разделена также на пять залов. В них представлены работы самого художника (оригиналы и копии), а также вещи, имеющие отношение к различным периодам его жизни. Именно в имении возле Вороцевич родился известный художник.

Ивацевичский район. Здесь можно выделить три объекта усадебного плана. Музей-усадьба Т.Костюшко [2] в Коссово посвящена мемориализации национального героя двух континентов. Усадьба, принадлежащая семейству Юндзиллов, была построена во вт. пол. XVIII – нач. XIX вв. Строение выполнено в стиле классицизма. Сегодня – это корпус больницы района.

В Коссово завершается реконструкция дворца Пусловских. Это один из лучших дворцов XIX в., построенных в Беларуси. В 1838 году архитектор Ф. Ящолд заложил здесь дворец и окружающий его парк в стиле английской неоготики по заказу магната Вандолина Пусловского. Также в строительстве этого дворца принял участие В. Маркони.

Каменецкий район. Троицкий костел в д. Волчин связан с местом крещения и упокоения последнего короля Речи Посполитой Станислава Августа Понятовского.

Усадьба Потоцких в Высоком является памятником архитектуры классицизма. Он построен в комплексе с двумя флигелями, которые образуют парадный двор, раскрытый в сторону въездных ворот. Вокруг раскинулся пейзажный парк. В парке находятся руины замка Сапег, который был возведен в XVII в. на возвышенности и со всех сторон окружен водными преградами и насыпными валами. Место привлекает туристов и дает возможность соприкоснуться с историей жизни знаменитых династий.

Ляховичский район. Можно выделить три усадьбы, которые имеют разную степень сохранности. В д. Флерьяново Ян Оттон Бохвиц в XIX в.

построил роскошную усадьбу. Сам Ян Бохвиц был выдающейся личностью, прошел Крымскую войну, участвовал в восстании 1863-1864 г.

В д. Грушевка находится усадьба которая с XVI в. принадлежала роду Рейтанов – дворянам прусского происхождения, которые осели на территории ВКЛ. Самым знаменитым из них является Тадеуш, который прославился на ниве защиты Речи Посполитой против разделов. Рядом находится Часовня-усыпальница рода Рейтанов. Построена усыпальница Генрихом Грабовским и выполнена в неоготическом стиле.

В д. Совеики находится усадьба рода Новицких с большим парком вокруг.

Пинский район. Здесь сохранились места, связанные с жизнью и деятельностью знаменитых поэтов: Якуба Коласа (Музей в д. Пинковичи), Евгении Янищиц (музей в д. Поречье), Александра Блока (музей в д.Лопатино).

Усадьба Куженецких в деревне Дубой была построена в XVIII в. как летняя резиденция и видела много выдающихся людей: здесь побывал миссионер Андрей Боболя, тут прошли детские годы Адама Станислава Нарушевича, а в 1784 году ее посетил Станислав Август Понятовский – король Речи Посполитой. В настоящее время сохранились отдельные постройки, усыпальница и большой пейзажный парк.

Пружанский район. Усадьба Швыковских – памятник усадебно-парковой архитектуры, единственный на территории Беларуси сохранившийся в неизменном виде со времен его создания. Уникальность объекта заключается в том, что он возведен в стиле самого интересного ответвления неоренессанса в архитектуре – раннеренессанской сельской виллы, а ведущая особенность строения – причудливые очертания и полная асимметрия.

Дворцовый комплекс Сапег в Ружанах находится в стадии реконструкции. Открыт музей, где можно познакомиться с историей известнейшего белорусского магнатского рода. Величественный дворцовый ансамбль прекрасно вписался в живописный пейзаж местности, что усиливает интерес у туристов.

Стоит отметить, что практически каждый район Брестской области располагает в себе достопримечательности, направленные на сохранение памяти о достижениях и подвигах известных личностей, показывает культуру и традиции прошлого и настоящего, а также воссоздает историю путём демонстрации и показа. Таким образом, вклад белорусских деятелей оказывает сильное влияние на развитие туризма в Республике Беларусь. Наша страна имеет огромный потенциал для привлечения внимания туристов благодаря архитектурным сооружениям, произведениям искусства и литературы.

СПИСОК ИСТОЧНИКОВ

1. Holiday.by [Электронный ресурс]. – Минск, 2024. – Режим доступа: <https://www.holiday.by/by/skarb/brest-oblast/stolinskij> Дата доступа: 26.03.2024.

2. YesBelarus.com [Электронный ресурс]. – Минск, 2024. – Режим доступа: <https://yesbelarus.com/ru/about-belarus/people/proud-of-the-nation-famous-belarusians-part-1/> Дата доступа: 01.04.2024.

А. В. НЕСТЕРОВИЧ

Брест, БрГУ имени А.С.Пушкина

Научный руководитель – О.В.Токарчук, канд. геогр. наук, доцент

ВИРТУАЛЬНАЯ ЭКСКУРСИЯ «ДОСТОПРИМЕЧАТЕЛЬНОСТИ МИРА В БРЕСТЕ»

Виртуальные экскурсии можно рассматривать как организационную форму туризма, отличающаяся от реальной экскурсии виртуальным отображением реальности, созданную с применением современных ГИС-технологий [1].

Виртуальные экскурсии имеют ряд преимуществ:

1) доступность, т.е. возможность их прохождения без материальных и временных затрат;

2) проведение экскурсии (продвижения по маршруту) в любое время;

3) возможность многократного просмотра экскурсии и прилагаемой к ней информации;

4) создание нереальных экскурсий (например, сочетающих элементы разных пор года; старых и новых территорий и т.д.) [2].

Для создания виртуальных экскурсий на разных этапах широко применяются возможности информационных технологий, в первую очередь географические информационные технологии.

Для создания виртуальной экскурсии «Достопримечательности мира в Бресте» использовались возможности облачной платформы картографирования ArcGIS Online. В данной платформе содержатся конструкторы картографических веб-приложений, готовые базовые карты, инструменты работы с текстом и др. Для выполнения виртуальных экскурсий чаще всего используется шаблон «ArcGIS StoryMaps». Это программа для создания так называемых «карт историй», для которой характерна мобильность, гибкость, а также работа в режиме «конструкторов».

Таким образом, с использованием конструктора «ArcGIS StoryMaps» была создана виртуальная экскурсия «Достопримечательности мира в Бресте».

Задумка экскурсии заключается в том, чтобы показать в городе объекты, которые внешне, либо по каким-либо другим признакам похожи на общемировые достопримечательности. В частности, колесо обозрения парка культуры и отдыха напоминает «Лондонский глаз», а уголок живой природы можно рассматривать как маленький пример «Зоопарка Центрального парка Нью-Йорка». Также в данной экскурсии можно увидеть подобные объекты в пределах всего Бреста. Например, в Брестской крепости впадение реки Мухавец в Западный Буг напоминает слияние Тигра и Евфрата, а как раз именно на месте их слияния зародилась шумерская цивилизация в Месопотамии; аналогично ей зародился Брест.

Всего в экскурсии представлено 15 объектов мировых «аналогов» (таблица).

Таблица – Объекты виртуальной экскурсии «Достопримечательности мира в Бресте»

Номер	Мировая достопримечательность	Объект на территории Бреста
1	Лондонский глаз	Колесо обозрения – 40 метров
2	Зоопарк Центрального парка	Уголок живой природы
3	Камп Ноу	Стадион «Брестский»
4	Голливуд	Инсталляция «Я люблю Брест»
5	Моаи	Кашпо в вид мужской и женской головы
6	Королевский оперный театр Convent Garden	Брестский академический театр драмы имени Ленинского комсомола Беларуси
7	Монумент Байтерек	Кованый фонарь – копия Байтерека
8	Биг-Бен	Башенные часы на брестском ЦУМе
9	Стоунхендж	Парк валунов
10	Мост Джорджа Вашингтона	Пешеходный мост возле Брестской крепости
11	Мемориальный комплекс «Брестская крепость-герой»	Мемориальный комплекс «Брестская крепость-герой»
12	Слияние Тигра и Евфрата	Слияние Мухавца и Западного Буга
13	Форт-Боярд	Форт № 5
14	Эйфелева башня	Вышки связи или ЛЭП
15	Москва-сити	Бизнес-центр IQ

Структура виртуальной экскурсии включает следующие элементы:

- 1) фотографии объектов в городе Бресте;
- 2) интерактивную карту-подложку Openstreetmaps, на которой размещены маркеры объектов и их номера; следует отметить, что данная

карта-подложка является очень подробной, поэтому на ней можно рассмотреть не только сами туристические объекты, но и прилегающую территорию;

3) описательную часть, которая включает название мировой достопримечательности, её описание, город и страну, в которой она находится, а также название и местоположение брестского объекта, который напоминает мировую достопримечательность (рисунок).

Все точки соединены линией маршрута, которая прорисована таким образом, чтобы, передвигаясь по дорогам, оптимально пройти всю экскурсию. Таким образом, данная экскурсия может рассматриваться не только как виртуальное путешествие, но и как действительный на местности маршрут, который лучше всего рассматривать как велосипедный.

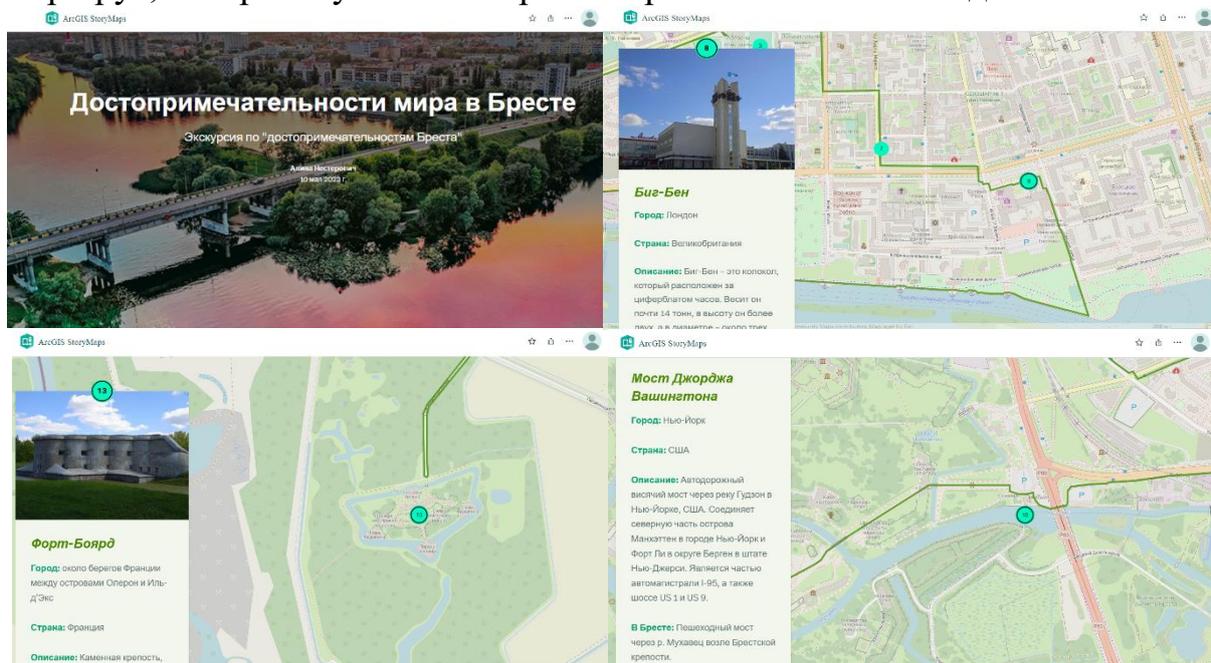


Рисунок – Виртуальная экскурсия «Достопримечательности мира в Бресте»

Таким образом, современные геоинформационные технологии дают широкие возможности развития туристической отрасли, в частности в сфере создания виртуальных экскурсий. Создание подобных виртуальных экскурсий позволяет не только познакомиться с городом, но и увидеть его, с другой стороны.

СПИСОК ИСТОЧНИКОВ

1. Базаева, Э. Н. Применение ГИС в туризме / Э. Н. Базаева, Г. В. Крыжановская // Туризм и рекреация: инновации и ГИС-технологии : Материалы XIV Международной научно-практической конференции, Астрахань, 27–28 мая 2022 года. – Астрахань: Федеральное государственное

бюджетное образовательное учреждение высшего образования «Астраханский государственный университет», 2022. – С. 22-25.

2. Колотухин, А. Ю. База данных туристических маршрутов Богдинско-Баскунчакского заповедника / А. Ю. Колотухин, А. Н. Бармин, А. В. Синцов // Конфликт природопользования: роль в эволюции ноосферы : Материалы Международной научно-практической конференции, Астрахань, 20–21 апреля 2018 года. – Астрахань: Астраханский государственный университет, 2019. – С. 17-20.

Работа выполнена при финансовой поддержке Министерства образования Республики Беларусь (студенческий грант на 2024 год)

В. В. РАТОМСКАЯ

Гродно, ГрГУ имени Янки Купалы

Научный руководитель – В. Г. Корнелюк, канд. истор. наук, доцент

ДЕВЯТЬ ЧУДЕС ВОЛКОВЫСКА ДЛЯ ЗАИНТЕРЕСОВАННЫХ ТУРИСТОВ

В нашей небольшой, но очень красочной, стране много интереснейших мест для увлекательного путешествия. Город Волковыск – один из них. Коллекционирование чудесных мест путешествия, фото- и видеофиксация их – распространённая составляющая поведения туристов. В Волковыске таких мест немало. Обратим внимание на девять, в которых отразились большие страницы нашей отечественной истории.

У многих людей, которые проживают в Беларуси, но и за пределами её, при упоминании города Волковыск сразу возникают ассоциации с кампанией «Беллакт», которая выпускает всю молочную продукцию, а также детское питание. «ЭкоВетКом» – кампания, занимающаяся разработкой и производством ветеринарных препаратов для мелких домашних животных. Ну и, конечно, «Волковысский мясокомбинат», который выпускает преимущественно мясные провианты. При правильной организации тура, эти предприятия могут стать объектами производственных экскурсий.

Одна из причин посетить город является – актриса театра и кино, уроженка Волковыска – Янина Болеславовна Жеймо. Она появилась на свет в 1909 г. Где жила точно не известно. Может в каком-нибудь домике на окраине старого Волковыска, а может и в маленьком фургончике цирка, так как родители Янины Болеславовны были цирковыми артистами. Актриса начинала свой путь, смотря на пример родителей, с цирковых представлений. С трёхлетнего возраста была наездницей, гимнасткой,

балериной. Свою актёрскую деятельность начала с 1925 г. Снялась во множестве фильмов, но известность ей принесла киносказка «Золушка», где актриса блистательно сыграла роль Золушки, будучи уже 37-летней. У актрисы было хрупкое девичье телосложение, рост её составлял менее 148 см, а размер ноги 31 [1]. Но, увы, памятника в городе Янине Болеславовне Жеймо пока нет.

Прогуливаясь по Волковыску можно увидеть улицу Горбатова и улицу Боричевского. В один день 2 июля 2019 г. на этих улицах были открыты мемориальные доски в честь 75-летия победы над немецко-фашистскими захватчиками.

Улица Горбатова посвящена Герою Советского Союза Александру Васильевичу Горбатову, командующего 3-й армией, войска которого 14 июля 1944 г. освободили Волковыск от немецко-фашистских захватчиков. В Красную Армию вступил добровольно в августе 1919 г., командовал взводом, эскадрона кавалерийского полка, кавалерийской бригады. Воевал на фронтах Гражданской войны. Окончил командные кавалерийские курсы и курсы усовершенствования высшего состава. В 1935 г. ему присвоили звание комбрига, был командиром кавалерийской дивизии [2].

Следующая улица носит имя капитана Боричевского Артема Ивановича. В неравном бою, на подступах к г. Волковыску, белорусская штурмовая группа под командованием капитана Боричевского уничтожила до 200 немецких солдат и офицеров, несколько автомашин, 5 огневых точек и 3 противотанковых пушки. Таким образом, уничтожив эту группу противника, которая превосходила в 5 раз наш десант по живой силе, Артём Иванович Боричевский во главе группы, штурмом ворвался в город и удерживал его до прихода главных сил, уничтожив в уличных боях гарнизонные группы войск [3].

Благодаря установленным мемориальным плитам об истории города знают не только заинтересованные туристы, но и жители города, которые прогуливаются по этим улицам.

Перемещаясь по городу, каждый путешественник окажется на главной площади, где обратит внимание на скульптурное изображение волка (работа знаменитого гродненского скульптора Владимира Пантелеева) [4]. Это – символ города. Со словом волк перекликаются и названия р. Волковыя и самого города.

Каждый турист, который едет в город Волковыск, обязательно посещает одну из жемчужин города – Военно-исторический музей имени П.И. Багратиона. Но не каждый турист знает историю основания музея. Расположился он в особняке, где, как считает ряд исследователей, в 1812 г. была штаб-квартира второй русской армии Багратиона. Некоторое время знаменитый полководец там жил и сам.

Музей обязан своим существованием краеведу Георгию Иосифовичу Пеху. Георгий Иосифович в 1925-1935 гг. собирал предметы волковысской старины, а также участвовал в раскопках древнего волковысского городища [5]. В 1935 году в городе был основан первый краеведческий музей. Ну и, конечно, самой первой экспозицией музея стала личная коллекция Георгия Иосифовича Пеха [5].

Но нет ничего прекрасного, что не прошло через трудности. С началом Великой Отечественной войны город пострадал от бомбёжек, а музей был разграблен и закрыт.

Но уже после войны, Г.И. Пех вернулся в город и начал заново собирать свою музейную коллекцию. Благодаря поддержке общества и государства, АН БССР и лично Якуба Коласа, музеев Союза, а также раскопкам, проведённым Г.И. Пехом на месте древнего Волковыска, музейные фонды были пополнены и 1 сентября 1948 г. возрожденный краеведческий музей был официально открыт. В то время он разместился в одном из помещений жилого дома на улице Победы [6].

27 февраля 1953 г. Волковысский районный краеведческий музей был преобразован в Военно-исторический музей имени П.И. Багратиона. Г.И. Пех руководил им до 1967 г. Экспозиция музея росла как количественно, так и качественно. Экспонаты охватили огромный пласт истории белорусского народа: от возникновения города, его роста и развития, до событий недавней Великой Отечественной войны. Перед зданием музея можно полюбоваться на бюст полководца работы знаменитого белорусского скульптора Заира Азгура. Отметим, что это – уникальный памятник монументального искусства Беларуси.

Растущий музей нуждался в новых выставочных площадях. В 1989 г. началось строительство нового здания музея. Уже 21 сентября 2001 г. музей предстал перед посетителями таким, каким он сейчас и выглядит. В музее представлено множество экспозиций, которые посвящены истории средневекового Волковыска, истории города и района в XX века, а также выставочный зал. В фойе посетители знакомятся с историей музея. В старом здании музея размещена экспозиция, посвящённая важнейшим событиям в жизни П.И. Багратиона, его соратников, их борьбе против наполеоновской Франции в 1805-1814 гг. Ряд экспонатов касаются истории Волковыска в период Отечественной войны 1812 г. [6].

Также внутри музея размещается библиотека, в которой собраны все сведения о старинном Волковыске.

Каждую последнюю среду месяца музей предоставляет бесплатное посещение для учащихся, получающих общее среднее, профессионально-техническое, среднее специальное образование.

Ещё одной жемчужиной города является Костёл Святого Вацлава. Храм строился в середине XIX века по проекту архитектора Александра Грудецкого, построили храм в 1848 году, а освящён 1950 г. [7]. Есть легенда о том, что храм бы построен на месте своего деревянного предшественника, но это только легенда и в действительности всё было не так. Каменный костёл построен на месте старой корчмы, на противоположной стороне от бывшего Изабелинского тракта [7]. С самого начала каменный костёл отличался от храма, который мы можем видеть сегодня. Главное отличие – это то, что костёл представлял из себя чистую архитектуру позднего классицизма, без высоких башен, которые мы может наблюдать сейчас. Также отсутствовала брама-колокольня. Факт, который очень заинтересовал меня, это то, что храм не переставал действовать даже тогда, когда на территории действовала советская власть. В 1970 г. храм получил статус памятника архитектуры [8]. Храм привлекает туристов своим внешним убранством, величием, уникальностью, а также своей историей.

Перечисленные девять мест нашей исторической памяти позволяют рассматривать Волковыск, как место целенаправленного путешествия в этот город. Ну и, конечно, транзитное его посещение станет запоминающимся для туристов.

СПИСОК ИСТОЧНИКОВ

1. Жеймовочка [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.nepsite.ru/articles/byt-history/zheymovochka/?print=y/>. – Дата доступа: 02.02.2024.

2. Горбатов Александр Васильевич. База данных «Воспоминания о ГУЛАГе» [Электронный ресурс]. – Режим доступа: https://bessmertnybarak.ru/gorbatov_aleksandr_vasilevich_1891/. – Дата доступа: 05.02.2024.

3. 60 лет освобождения Белоруссии от немецкофашистских захватчиков. Герои самой большой войны: [об освободителях Волковыска, Героях Советского Союза С.М. Крынине, К.Б. Нуржанове, А.М. Рае, А.И. Боричевском, Г.Н. Медведеве / Н. Дудин, В. Задаля, Я. Флякс]. – Волковыск, 2004. – 18 с.

4. Пантелеев Владимир Иванович. «Волковыск: сквозь время» [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://volkovysknews.by/istoriia/volkovysk-skvoz-vremya/32795-rubrika-volkovysk-skvoz-vremya-ploshchad-im-v-i-lenina/>. – Дата доступа: 15.02.2024.

5. Музей им. Багратиона. 70 лет со дня «второго рождения» [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://volkovysknews.by/sotsium/12831-news/>. – Дата доступа: 16.02.2024.

6. Учреждение культуры «Волковысский военно-исторический музей имени П.И. Багратиона». История музея. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://volkovysk.museum.by/node/60999/>. – Дата доступа: 16.02.2024.

7. Костёл Святого Вацлава в Волковыске [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://poshyk.info/kostel-volkovysk/>. – Дата доступа: 28.02.2024.

8. Церковь Святого Вацлава [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://openborder.brsu.by/cerkov-sviatogo-vaclava/>. – Дата доступа: 28.02.2024.

В. Д. СКОРИНА

Гродно, ГрГУ имени Янки Купалы

Научный руководитель – В. Г. Корнелюк, канд. истор. наук, доцент

ГАСТРОНОМИЧЕСКИЕ ВОЗМОЖНОСТИ ГРОДНО

Турист, приезжающий в новую страну или город, хочет поближе познакомиться с культурой народа, узнать о традициях и обычаях, разнообразить и углубить впечатления от посещаемой дестинации. Одни туристы познают культуру через достопримечательности, памятники искусства и архитектуры, другие идут знакомиться с особенностями национальной кухни. Гастрономия, как культурное достояние, дает возможность приобрести уникальный туристский опыт, в связи с тем, что позволяет отразить характер и менталитет местного населения; она впитывает в себя мифы, сказки, местную историю, традиции, религиозные, географические особенности и т.д [1]. Гастрономический туризм предлагает посетителям возможность познакомиться с населенными пунктами страны, одновременно дегустируя разнообразное меню со вкусами, запахами и ингредиентами, характерными для региона.

В последние годы гастрономический туризм значительно вырос и стал одним из наиболее динамичных и креативных сегментов туризма. Несмотря на то, что гастрономический туризм является новым направлением развития въездного и внутреннего туризма в Республике Беларусь, уже проведено много различных мероприятий с целью развития гастрономического туризма. В качестве эффективного инструмента продвижения кулинарного наследия страны создан интерактивный электронный ресурс gastinia.by и гастрономическая карта «Гасцінія» [2]. Проводятся такие гастрономические фестивали, как «Vulitsa Ezha» в Минске и Гродно, Вишневый фестиваль в Глубоком, «Мотальскія прысмакі» в Ивановском районе, «Gastrofest» по всей стране. Также в Республике Беларусь организованы экорынки, где

местные фермеры могут реализовать товары собственного производства. На постоянной основе проходят акции, конкурсы и дни белорусской кухни. Активно популяризируют белорусскую национальную кухню агроусадьбы и этнографические комплексы, объекты общественного питания, гастрономические событийные мероприятия, которые проводятся в стране [2].

Белорусская кухня не однородна. Каждый регион имеет свои кулинарные особенности и традиции. На это повлияли географические особенности, исторические события, социальное расслоение населения и т.д. В настоящее время в каждом регионе Беларуси существует множество кафе, ресторанов и баров национальной кухни, которые помогут туристам влиться в белорусскую кухню, в местах, где она родилась. Можно сказать, что этнические рестораны – это новый тренд в индустрии туризма.

В городе Гродно находится примерно 187 объектов общественного питания, включая рестораны, рестораны быстрого питания, кафе, кафе быстрого обслуживания, кофейни и бары [5]. Около 30 мест предлагают блюда национальной кухни [6]. Среди таких: «Літвіны», «Беласток», «Вуглі», «Верас», «Паланэз», «Королевская охота», «ВЕЕРлога», «Драники Гародня» и многие другие. Каждый из этих объектов предлагает свое уникальное меню и каждый турист может выбрать то, что ему по душе.

В Гродно есть заведения разного ценового сегмента, начиная от элитных ресторанов с высоким ценником и блюдами со сложной рецептурой и виртуозным сочетанием. Заканчивая недорогими столовыми и кафе, где меню не имеет такого роскошного сочетания ингредиентов и выбора блюд, но все равно эти места сохраняют свое качество и аутентичность. Поэтому каждый турист найдет для себя комфортный ему формат заведения.

Но уникальность и своеобразие гродненских объектов общественного питания заключается не только в разной ценовой политике. Каждое заведение может похвастаться уникальной подачей блюд и разнообразными мероприятиями. Например, «Полонез» известен своей неделей национальной кухни, где предлагают узнать какие блюда любили Михаил Огинский и князь Витовт, а также отведать сет из 3 блюд белорусской кухни. «Полонез» еще проводит организацию питания для групп туристов. Пивной ресторан «Неман» оригинален своей подачей блюд белорусской национальной кухни прямо на сковороде и в горшочках. Еще одна особенность этого заведения – Oktoberfest. Фестиваль пенного с оригинальными сетами, сюрпризами и подарками. «Неман» еще является главной фан-площадкой для любителей футбола, ресторан предлагает насладиться просмотром любимой игры за бокалом пенного. «Літвіны» это заведение богатое на мероприятия. Они проводят Каляды, где можно прочувствовать зимнюю атмосферу Беларуси, увидеть изделия ручной работы, попробовать блюда от шефа и узнать, что такое гастрономический театр. На таком мероприятии посетители общаются

с шеф-поваром ресторана, который в свою очередь рассказывает о блюдах, которые гости в этот день отведают. Еще одно мероприятие, которые предлагают «Літвіны» это шеф-ужин. Шеф-ужин – это не просто презентация блюд, а целое гастрономическое шоу. На этом мероприятии каждый посетитель получает «карту леса», которая проведет их через особенности кухни, познакомит с белорусскими сказками, былинами и легендами. Еще одно мероприятие в ресторане, связанное с праздником это масленица. В этот праздник в заведении предлагается традиционное блюдо масленицы, блины со всевозможными начинками. Есть и ивент, который приглашает гостей поучаствовать в мастер-классе от шеф-повара ресторана. В программе: приготовление и дегустация, секреты выпекания хлеба и эффектной подачи, фирменные настойки заведения и подарки для всех участников.

Заведения предлагают блюда кухни Беларуси в современном воплощении, и в более традиционном. Из современной кухни в ресторане «Літвіны» можно отведать *лусту* на темном хлебе с сельдью, яичным салатом и вяленой свеклой, стейк из говядины с соусом из сосновых шишек и кремом из пастернака и томленное в сене куриное филе с жареными вешенками и картофелем [3]. При знакомстве с традиционной кухней лучше попробовать домашние соленья, селедочку в масле с лучком и обжаренным картофелем, *мачанку* в «Беластоке» и блюда в сковородке в «Немане» [4].

И конечно каждый ресторан может похвастаться своим неповторимым интерьером и специальной униформой сотрудников. Ярким примером ведения традиционного белорусского стиля является ресторан «Королевская охота». Через свой интерьер он погружает посетителей в атмосферу королевских времен. Каждая деталь напоминает о мире роскоши, элегантности и изобилия блюд. Сотрудники встречаются в нарядах с компонентами белорусского наряда: рубахи с традиционным орнаментом у мужчин и девушки в гарсетах с вышивкой.

Почти все объекты, рассмотренные выше находятся в центре города, за исключением ресторана «Літвіны». Это облегчает туристам поиск заведений, где можно отведать блюда белорусской кухни. Для въездных туристов в некоторых ресторанах блюда национальной кухни выведены в отдельное меню, а в ресторане «Беласток» и вовсе доступен словарь блюд, где указаны состав и этимология. У всех представленных объектов питания есть свой сайт и аккаунт в социальных сетях, где можно посмотреть меню и афишу предстоящих мероприятий, почитать отзывы, забронировать столик и посмотреть на интерьер.

Городу Гродно есть, что предложить туристам, желающим познакомиться с белорусской культурой через блюда национальной кухни. Заведения в городе обладают большим ассортиментом блюд, множеством мероприятий и отличной атмосферой.

СПИСОК ИСТОЧНИКОВ

1. Щербакова, Н.В. Гастрономическая идентичность как инструмент продвижения туристской дестинации / Н. В. Щербакова, О.В. Жданова // Сервис в России и за рубежом. – 2019. – Т. 13. – Вып. 1. – С. 125-135.
2. Национальная стратегия развития туризма в Республике Беларусь до 2035 года [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.belarustourism.by/news/НАЦИОНАЛЬНАЯ%20СТРАТЕГИЯ.pdf> – Дата доступа: 24.03.2024
3. Меню ресторана «Літвіны» [Электронный ресурс] - <https://litviny.by/> Дата доступа: 24.03.2024
4. Меню ресторана «Беласток» [Электронный ресурс]. – <https://www.instagram.com/belastok.grodno/> – Дата доступа: 24.03.2024
5. Туристический потенциал Гродно [Электронный ресурс]. – <https://visitgrodno.by/info/tourism/35850/> Дата доступа: 31.03.2024
6. Белорусская кухня в заведениях Гродно [Электронный ресурс]. – <https://citymix.by/grodno/gastromix/catalog/f:belarusian.> – Дата доступа: 31.03.2024

А.В. СТАДНИК

Брест, БрГУ имени А.С. Пушкина

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

БЕЛОРУССКАЯ НАЦИОНАЛЬНАЯ КУХНЯ КАК РЕСУРС ДЛЯ РАЗВИТИЯ ВЪЕЗДНОГО И ВНУТРЕННЕГО ТУРИЗМА

Анализ предпочтений современных туристов свидетельствует, что знакомство со страной через ее кухню и культуру – один из самых интересных способов узнать ее народ, историю и обычаи.

Кухня Беларуси простая и калорийная. В ней используют бобовые, овощи, колбасы, сало, грибы и ягоды. Мясные блюда чаще всего готовят из свинины. Иногда используют говядину, телятину и даже мясо диких животных: кабана, лося, зайца. Белорусскую кухню отличает незначительное количество молочных блюд и сладостей. Приправы тоже употребляются ограниченно. Сладкие блюда заменяют традиционными напитками: киселями, ягодными морсами и компотами.

Многие рецепты блюд белорусской кухни берут свое начало с языческих времен: кулага, овсяный кисель и др. Несмотря на многовековые традиции, национальные особенности кулинарии сложились только к концу XIX в. Этому способствовало многообразие народов, проживающих на территории страны. Они долго сохраняли пищевые традиции, принятые некогда их предками.

Беларусь находится между Востоком и Западом, поэтому в ее кухне есть народные блюда из близлежащих Польши, Литвы, Украины, России. Кроме того, после введения черты оседлости, в стране стало расти число еврейского населения, что также оказывало влияние на местную кухню.

Обилие рек на территории государства обусловило наличие в рационе белорусов блюд из речной рыбы. Она используется для приготовления супов, котлетного фарша и другой еды. Большие территории Беларуси занимают леса. В них произрастают ягоды и грибы, которые широко употребляются в пищу. Сельское хозяйство, традиционно развитое в крае, дает возможность для активного использования овощей, фруктов, бобовых культур.

Чаще всего для приготовления блюд применяются варка, тушение, запекание. Раньше жарка считалась экономически невыгодным способом тепловой обработки. До сих пор только некоторые блюда готовят на сковороде. Для традиционной белорусской кухни свойственно максимальное измельчение продуктов либо их разваривание до кашицеобразного состояния. Например, картофель предпочитают натирать, а не резать. Овсяную крупу для киселя разваривают. Мясо, наоборот, в большинстве национальных блюд запекают крупным куском. Это может быть баранина, свиной окорок, поросенок или цельная тушка курицы. Сочетание диаметрально противоположных направленностей – сильное измельчение и готовка большим куском – отличительная особенность белорусской кухни.

Мясные блюда. Раньше мясные продукты белорусы ели только по праздникам. В остальное время употребляли сало, которое солили вместе со шкуркой. Сегодня мясо широко используется в кулинарии. Чаще всего это свинина. Из нее делают сыровяленые колбасы, полендвицу – подсушенную свинину со специями, вяндлину – слегка подкопченую ветчину. Используют также говядину, курицу, баранину. Свиным фаршем начиняют блины, клецки, колдуны. Широко используется сало. Его делают слабосоленным, обязательно со шкуркой. Чаще всего сало едят зимой, с хлебом и чесноком. С мясными блюдами подаются различные соусы, например, сметанный с зажаренным на свином сале луком и шкварками, тмином и черным перцем.

Блюда из молока также популярны в Беларуси. Одно из них – затирка, которая представляет собой кусочки теста или измельченного картофеля с мукой, проваренные в молоке. Творог служит начинкой для налистников и пирогов. Часто употребляется сметана, ней едят клецки, draniki, колдуны.

Широко распространены квашеные блюда. Свекольную ботву, приготовленную таким способом, раньше использовали для варки холодника. Часто употребляют кислую капусту. Ее квасят с клюквой, морковью, тмином.

Десерты. В старину основными десертами в Беларуси были ягодные кисели. Примечательны блюда на основе муки. Это оладьи и блины со сладкими начинками: вареньем, медом, творогом, ягодами. Одним из самых популярных десертов является кулага. Она напоминает густой кисель из ягод. Часто готовят яблоки, начиненные творогом с медом и изюмом.

Приправы. По мнению белорусских кулинаров, приправы затемяют вкус блюда, поэтому их ассортимент ограничен. В небольших количествах используют перец, кардамон, гвоздику и тмин. В некоторых рецептах присутствует корица. Часто вместо приправы используют высушенные грибы, перетертые в порошок.

Среди напитков выделяется квас. В Беларуси это перебродивший березовый или кленовый сок. В холодное время года пьют горячий сбитень. Классический вариант безалкогольный. Его готовят из меда, растворенного в горячей воде, или отвара листьев березы, добавляя пряности.

Выделим наиболее известные традиционные блюда белорусской кухни. *Драники*: Существует стереотип, что белорусы питаются только картошкой. Поэтому у нас популярен картофельный завтрак, или просто драники. Название белорусского блюда из картофеля так же просто объясняется драники от слова «драть», то есть тереть. Раньше, в драную картошку добавляли только соль и сало. Сейчас же добавляют яйцо, муку и зелень. Подаются драники обычно со сметаной.

Бабка: Бабку запекают в духовке. Это блюдо состоит из тертого картофеля и фарша. Оно аналогично русской запеканке, только вместо пюре используются сырые клубни. Слой начинки из мяса располагается между пластами натертого картофеля, в который добавляют яйцо.

Шкварки: Чтобы сделать шкварки, мелко режут свиную грудинку, в которой сало перемежается с мясом. Кусочки подсаливают и сильно жарят на сковороде до появления золотистой корочки. При этом мясо пустит жир. Шкварками поливают отваренный картофель.

Верашчака: Блюдо стало известно благодаря повару польского короля. Это куски колбасы и сала, тушенные в подливке. Для нее в мясной бульон добавляют грибы и овощи: сельдерей, морковь. Иногда в соус кладут свиные ребра.

Налистники (блинчики): Они обычно подаются с разнообразными начинками: как сладкими (варенье, мед, творог), так и солеными (мясо, рыба, икра). Сладкий вариант налистников было принято считать десертным блюдом, но сейчас такой завтрак очень любят дети.

Клецки: Клецки напоминают пельмени без мяса. Их готовят из мелко натертого картофеля, к которому добавляют яйцо и соль. Из получившейся массы формируют маленькие шарики величиной с грецкий орех. Затем их отваривают. Подают клецки со сметаной, шкварками или жареным луком.

Холодник: В состав летнего супа холодника входят свекла, яйца, свежий огурец, редис и зеленый лук. Сейчас часто в него добавляют кефир, но в старинной кухне для приготовления блюда использовали щавель или квас. Яйца принято класть в суп, разрезая на половинки.

Беларусь – страна красивой природы, разнообразной и очень сытной кухни. Гостям, нацеленным на гастрономические туры, здесь есть чем заняться. Понадобится не одна поездка, чтобы подробно изучить традиции, связанные с кулинарией, и в полной мере насладиться простой, но фантастически вкусной едой.

СПИСОК ИСТОЧНИКОВ

1. Особенности национальной белорусской кухни [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://travelbel.by/blog/belarus-cuisine/>. – Дата доступа: 07.04.2024.

2. Национальная кухня [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://trakt.by/belarus/national-cuisine/>. Дата доступа: 07.04.2024.

Е. А. ОСКЕРКО

Гродно, ГрГУ имени Янки Купалы

Научный руководитель – В. Г. Корнелюк, канд. истор. наук, доцент

ОБЪЕКТЫ ПОКАЗА НА ЭКСКУРСИИ ПО ДОВОЕННОЙ ЛИДЕ

У каждого города архитектура оставляет свои напоминания о тех или иных периодах жизни его жителей. От каких-то отрезков времени, прежде всего, последних, зданий всегда больше, другие времена напоминают о себе более редкими, и даже единичными постройками. В этих сооружениях запечатлен историзм населенного пункта. Историзм – это память. Память про людей, их судьбы, их достижения. Архитектура своим видом напоминает об эстетической среде города, в которой жили эти люди. Межвоенный период нашей страны, в той её части, которая обстоятельствами Рижского мира относилась в 20-30-е гг. XX в. к Западной Беларуси, несёт напоминание о таких стилях как конструктивизм, польский модерн, концептуализм. Именно такие стили были в моде в тот период XX века. Сохранившиеся постройки довоенной Лиды позволяют в рамках тематической экскурсии познакомиться с архитектурным пространством этого города.

Одной из самых известных польских построек в городе Лиде является здание педагогического училища, расположенное на улице Адама Мицкевича. Это крупнейший образец архитектуры Речи Посполитой в Лиде, одно из крупнейших, как говорят местные жители – «польских» –

зданий на территории Беларуси. Этот масштабный объект, в образе которого сочетаются функционализм с национальным стилем.

Строение изначально выполняло образовательные функции, здесь с 1929 г. располагалась мужская гимназия имени Яна Кароля Ходкевича – выдающегося военачальника армии Речи Посполитой, который с 1601 г. был полевым гетманом Литовским, а с 1605 г. великим гетманом Литовским и был одним из самых выдающихся дворян и военачальников Речи Посполитой своей эпохи [1]. Архитектор Ежи Бэйль (Jerzy Beill) хотел воссоздать в стенах гимназии дух и атмосферу средневекового колледжума, поэтому спроектировал здание в форме прямоугольного колодца с внутренним двориком, который обрамлён аркадами [1]. облике здания соседствуют национальный стиль и функционализм. Во время войны здесь находилась немецкая комендатура. Здание бывшей гимназии хорошо сохранилась до наших дней. Теперь тут находится Лидский педагогический колледж.

Здание почты на улице Мицкевича, 8 построено в 1935 году английской строительной фирмой в стиле конструктивизма. Основной объём здания четырёхэтажный, к нему присоединены два одноэтажных блока. Первый этаж облицован крупноразмерной плиткой. Операционный зал имеет стеклянную крышу. Площадь всего здания примерно три тысячи метров квадратных [2].

В начале 20-х годов XX в. польские власти интенсивно восстанавливали разрушенное войной почтовое хозяйство. Почта размещалась в старом дореволюционном деревянном здании, в котором было тесно и почте, и телеграфу. Поэтому власти Виленского почтового округа и местные городские власти совместными усилиями в середине 1930-х годов начали строить в Лиде новое здание почты по английскому проекту. В 1938 г. почта города переселилась в новое благоустроенное здание. В 1939 г. начальником почты был Ян Дробязевич. Районный телефонный и телеграфный узел связи имел свои именные календарные штемпеля. В начале 30-х годов на телеграфе использовался календарный штемпель с надписью «LIDA 1/TELEGRAF». Только в «Списке абонентов телефонной сети дирекции округа почты и телеграфов в Вильно за 1939 год в Лиде насчитывалось 260 номеров телефонов» [2].

После освобождения Лиды от фашистской оккупации в здании с 25 июля районная почтовая контора связи возобновила работу. Работа почты в 1944–1945 гг. проходила в тяжелых условиях. Для доставки писем из отделений связи в районный узел использовался гужевой транспорт. Иногда обмен почтой между отделениями связи осуществлялся пешими курьерами, велосипедистами. Очень редко для доставки почты использовался случайный автотранспорт. Таким образом, за короткий исторический

отрезок времени в здании почты сменились (вместе с властями) уездный узел связи (1937-1939), районная контора связи (1939-1941), Lida Deutsche Dienstpost ostland (1941-1944), Лидская районная контора связи, районный узел почтовой связи.

Тюрьма в Лиде находилась по ул. Каменской, 77 (после – 3 Мая). Сейчас это адрес – Ленинская, 23 – место современной типографии. Строительство в Лиде первой тюрьмы было начато в 1820 и закончено в 1825 г. [3]. Здание, стоявшее на северной стороне тюрьмы, обозначено на генплане 1869 г. и описано как каменный сторожевой дом с 3 комнатами [3]. Сейчас этого здания нет. На том же плане было обозначено «новопостроенное каменное здание кухни, прачечной, бани и склада» [3]. Эта высотка частично соответствовала одному из зданий, существовавшему до 2010 г.

Где-то с конца 1869 г. здание тюрьмы было переделано и начинает называться Лидским тюремным замком [3]. На территории пенитенциарного заведения появились новые здания, здесь могли отбывать наказание до 100 узников. С охранной вышки за ними следил сторожевой, но тем не менее в начале XX в. из тюрьмы было совершено несколько побегов [3].

История тюрьмы – это история её обитателей: как «сидельцев», так и тех, кто их охранял. В номере от 22 февраля 1913 г. газета «Лидское слово» писала: «19-го февраля праздновался День освобождения крестьян от крепостничества, а 21-го – день 300-летия дома Романовых... 21 февраля по амнистии из-за 300-летия Дома Романовых из Лидской тюрьмы были освобождены 80 человек...» [3]. Громкое дело помнит тюрьма, связанное с одним из её начальников С. Петкевичем, когда в 1915 году его арестовали за присвоение себе 824 рублей 96 копеек [3]. Когда в конце 1925 г. Лидская тюрьма была отремонтирована, осужденный Пясецкий, увидев плохое отношение к заключенным, поднял бунт, после подавления которого, как лидер и подстрекатель, 3 месяца носил наручники [3]. А 25 апреля 1932 г. по приговору военно-полевого суда к смерти через повешение были приговорены советские разведчики Иосиф Турбач и Михал Чехович, а 21 сентября 1933 г. – Маньковский Михаил Михайлович [3].

В 1932 г. несколько краевых газет напечатали следующее интересное объявление: «Лидская тюрьма просит приносить ей книги для заключенных на польском, белорусском и русском языках» [3]. Среди преступников, отбывающих наказание в Лидской тюрьме, 80 % заключенных – люди из деревни. 60% из них наказаны за нелегальные плантации табака и изготовление самогона» [4]. А в январе 1940 г. в тюрьме сидело много Лидской интеллигенции [4]. О последнем эпизоде истории тюрьмы остались воспоминания одного из заключенных в 1942 г., лидчанина Витольда Дромовича [4]. Из этих мемуаров известно, что ворота в тюремном заборе были железными, с малым закрываемым окошком. В маленьких камерах

имелись норы из досок, столик на металлических ножках и табуретка возле него. В углу камеры висел примитивный умывальник. Единственным слабым источником света было зарешеченное окошко высоко вверху. Тюремный паек состоял из кофе, куска черного хлеба и супа. Посреди тюремного двора размещался барак на 200 мест, в котором держали евреев. Они весь день работали в городе, а на ночь под присмотром сторожей возвращались в этот барак» [4]. Во время немецкой оккупации тюрьма была заполнена [5]. В 1947-51 гг. в тюрьме находилась детская трудовая колония для малолетних преступников со всего Советского Союза [5].

В 1964 г. весь бывший комплекс городской тюрьмы был передан Лидской типографии, которая занимает его и сейчас. В 1965 г. в зданиях провели ремонт и приспособили *мешочки* под типографию. Была снесена стена и вход с аркой. Постепенно двухэтажное здание обросло пристройками, было построено одноэтажное строение под гараж и склад [5]. Что касается одноэтажного здания бывшей Лидской тюрьмы вт. пол. XIX в., то оно было снесено. О тюрьме архитектурно напоминает только двухэтажное здание, в котором сейчас располагаются основные производственные мощности Лидской типографии.

В статье обозначены только три постройки довоенной Лиды, но в каждой из них своя история, без которой недавнее прошлое города будет неполным. Поэтому обзорная экскурсия по Лиде не может миновать эти уникальные объекты показа и рассказа.

СПИСОК ИСТОЧНИКОВ

1. «Растим патриотов вместе» Гимназия Кароля Ходкевича (проект) / Государственное учреждение образования «Средняя школа №14 города Лиды». – Лида : [б.и.], 2022.

2. Историко-культурное наследие [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://lida.gov.by/ru/istoriko-kulturnoe-nasledie-ru/> – Дата доступа: 01.04.2024.

3. Тюрьма в Лиде [Электронный ресурс]. – Режим доступа: https://vk.com/wall-65064999_26959?ysclid=luh8yesk8b770111423 – Дата доступа: 07.02.2023.

4. Преступность в Западной Беларуси [Электронный ресурс]. – Режим доступа: https://vk.com/wall-65064999_26959?ysclid=luh8yesk8b770111423&z=photo-65064999_457256900%2Fwall-65064999_26959 – Дата доступа: 07.02.2023.

5. Во время немецкой оккупации [Электронный ресурс]. – Режим доступа: https://vk.com/wall-65064999_26959?ysclid=luh8yesk8b770111423&z=photo-65064999_457256901%2Fwall-65064999_26959 – Дата доступа: 07.02.2023.

У. Д. ШЫЛКІНА

Брэст, БрДУ імя А.С. Пушкіна

Навуковы кіраўнік – С.М. Такарчук, канд. геагр. навук, дацент

ВІРТУАЛЬНАЯ ГОРАДАБУДАЎНІЧАЯ ЭКСКУРСІЯ БРЭСТА

Гісторыка-культурныя славутасці з’яўляюцца важным складнікам любога рэгіёна. Аб’екты гісторыка-культурнай спадчыны карыстаюцца вялікай папулярнасцю ў турыстаў, а таксама выступаюць прадметам гонару жыхароў. Гісторыка-культурныя славутасці любога населенага пункта могуць выступаць як самастойнымі аб’ектамі турысцкіх наведванняў, гэтак і ўключацца ў турыстычныя маршруты і экскурсіі. Сярод гісторыка-культурных славутасцей у Рэспубліцы Беларусь вялікую ролю граюць гісторыка-культурныя каштоўнасці.

Гісторыка-культурныя каштоўнасці – гэта матэрыяльныя аб’екты (матэрыяльныя гісторыка-культурныя каштоўнасці) і нематэрыяльныя праявы творчасці чалавека (нематэрыяльныя гісторыка-культурныя каштоўнасці), якія маюць выключныя духоўныя, мастацкія і (ці) дакументальныя вартасці і якім нададзены статус гісторыка-культурнай каштоўнасці.

Да помнікаў горадабудаўніцтва ў Брэсце адносіцца толькі *гістарычны цэнтр горада*, які з’яўляецца каштоўнасцю 2 катэгорыі.

Прыцягнуць больш людзей, а таксама даць штуршок развіццю турызма можа стварэнне віртуальных экскурсій як для патэнцыйных турыстаў, гэтак і для людзей, якія знаходзяцца далёка ад горада, але жадаюць пазнаёміцца з яго цікавымі аб’ектамі.

Сярод асноўных пераваг віртуальных экскурсій можна адзначыць даступнасць, магчымасць шматразовага прагляду і суправаджальнай інфармацыі, распрацоўка экскурсіённых маршрутаў любоў працягласці.

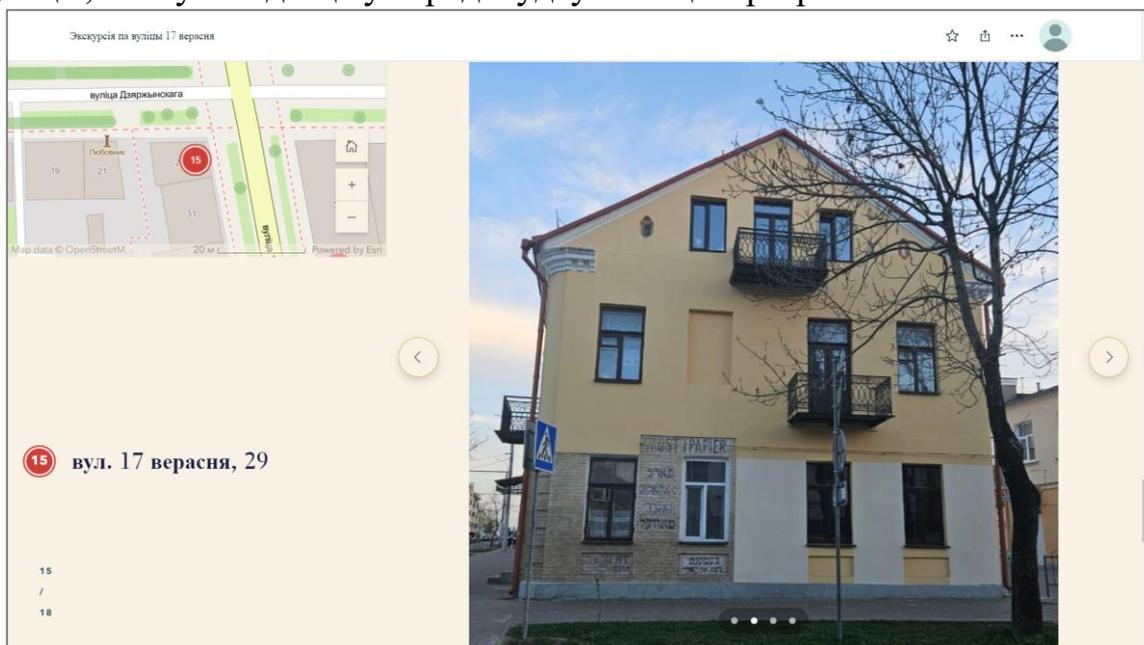
З мэтай развіцця турысцкага патэнцыяла Брэста створаны шэраг віртуальных экскурсій з выкарыстаннем картаграфічнага вэб-шаблону ArcGIS Online StoryMaps. Шаблон стварае прываблівы і просты ў выкарыстанні дадатак, які дазваляе паказваць набор кропак (стаянак экскурсій) на карце, якія змогуць праглядаць карыстальнікі, у выглядзе пранумэраванай паслядоўнасці альбо выдзяляць асобныя кропкі экскурсій. Стварэнне экскурсіі праводзілася на аснове дадзеных Дзяржаўнага рэгістра інфармацыйных рэсурсаў Міністэрства культуры.

У гістарычны цэнтр горада уваходзяць дзясяткі будынкаў і стварэнне экскурсій па гэтай тэрыторыі з’яўляецца складанай задачай. Такім чынам, былі выкананы гістарычныя экскурсіі па ўсіх вуліцах, якія адносяцца да гістарычнага цэнтра горада.

Усе экскурсіі выкананы ў асаблівым фармаце, дзе да кожнага месцазнаходжання прывязана не адна, а ад 3 да 5 фатаграфій кожнага будынка. Такім чынам, можна ўбачыць усе будынкi ў агульным выглядзе, а таксама іх асобныя цікавыя элементы (вокны, дзверы, барэльефы, графіці і інш.) больш падрабязна. Акрамя таго, калі на будынку ўсталявана ахоўная таблічка з дадатковай інфармацыяй, яе фатаграфія таксама прадстаўлена ў экскурсіі.

Кожная экскурсія мае аднатыпны строй. Па-першае, гэта тытульная старонка з назвай вуліцы і фонавай застаўкай, выкананай у выглядзе фотакалажу вуліц. Па-другое, гэта кароткае тэкставае апісанне дадзенай вуліцы, яе асаблівасцяў, а таксама найбольш значных будынкаў, размешчаных на ёй. Пры наяўнасці старых фатаграфій для дадзенай вуліцы, яны выкарыстоўваюцца для ілюстрацыі тэксту.

Напрыклад, на малюнку прадстаўлен праклад экскурсіі для вуліцы 17 Верасня. Яна пачынаецца кароткай гістарычнай даведкай пра вуліцу 17 верасня, праілюстравана фатаздымкамі вуліцы, а таксама аншлагаў (таблічак з назвамі), якія знаходзяцца на ёй. Вывучыўшы дадзеную экскурсію, можна азнаёміцца з усімі будынкамі, размешчанымі на гэтай вуліцы, якія ўваходзяць у горадабудаўнічы цэнтр Брэста.



Малюнак – Выявы будынкаў, якія ўваходзяць у склад горадабудаўнічага помніка г. Брэста па вуліцы 17 верасня

Такім чынам, у выніку выканання даследвання былі распрацаваны асноўныя кірункі прымянення вэб-тэхналогій пры вывучэнні горадабудаўнічых гісторыка-культурных каштоўнасцей Брэста. У прыватнасці, разгледжаны магчымасці стварэння віртуальных экскурсій, прапанавана іх структура, асаблівасці зместу і алгарытм стварэння.

РАЗДЕЛ 4. АГРОЭКОТУРИЗМ, ТУРИСТСКО-ОЗДОРОВИТЕЛЬСКАЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ И СПОРТИВНЫЙ ТУРИЗМ

Д. А. КРАВЧИК

Брест, БрГУ имени А. С. Пушкина

Научный руководитель – О. В. Токарчук, канд. геогр. наук, доцент

РАЗВИТИЕ ТУРИСТИЧЕСКОГО ПОТЕНЦИАЛА ОСОБО ОХРАНЯЕМЫХ ПРИРОДНЫХ ТЕРРИТОРИЙ ПУТЕМ СОЗДАНИЯ ВИРТУАЛЬНЫХ ЭКОЛОГИЧЕСКИХ ЭКСКУРСИЙ

Привлечь больше людей, а также дать небольшой толчок к развитию экологического туризма может создание виртуальных маршрутов или экскурсий как для потенциальных туристов, так и для желающих познакомиться с его туристско-рекреационными объектами. Виртуальные экскурсии могут быть созданы для различных территориальных уровней. Если рассматривать региональный уровень, но виртуальные экскурсии можно создавать как для территории всего района, так и для отдельных населенных пунктов и сельских советов.

Главные задачи создания виртуальных экскурсий:

1) привлечение большого количества аудитории, включая людей с ограниченными физическими возможностями, старшее поколение, детей и тех, кто предпочитает комфортное онлайн-путешествие;

2) развитие различных видов туризма с применением ГИС-технологий.

Пользователи могут перемещаться по различным точкам на карте, читать информацию о каждом месте, просматривать фотографии и видео, а также участвовать в интерактивных заданиях и опросах.

Создание виртуальных экологических экскурсий имеет ряд преимуществ [2]:

1) образовательный потенциал: экскурсии могут быть отличным образовательным инструментом для изучения природы, экосистем, видов растений и животных;

2) высокая степень доступности: экскурсии позволяют людям из разных уголков мира посетить уникальные экологические объекты, которые могут быть недоступны из-за географического расположения;

3) экологическое просвещение: экскурсии способствуют повышению осведомленности о важности охраны окружающей среды и природных ресурсов;

4) возможность многократного просмотра экскурсии и прилагаемого к ней пояснительного текста.

Для создания виртуальных экскурсий можно использовать возможности облачных платформ картографирования, в частности платформы ArcGIS Online. Эта платформа предлагает широкий спектр вариантов для создания, публикации и совместного использования карт, геопространственных данных и приложений геоинформационной системы (ГИС) в онлайн-среде. В данной платформе содержатся готовые базовые карты, которые можно использовать для базовой основы экскурсии. Для создания виртуальных экологических экскурсий использовался шаблон «ArcGIS StoryMaps» [1].

ArcGIS StoryMaps – это новый шаблон карт историй, для него характерна гибкость, мобильность, а также работа в режиме «конструкторов», данный тип шаблона представляет собой единый веб-документ, где самостоятельно выбираются те элементы, которые необходимы для того или иного раздела или варианта экскурсии.

Таким образом, для территории Брестской области на основе сети особо охраняемых природных территорий были созданы две виртуальные экологические экскурсии.

Первая из них – это виртуальная экскурсия «*#BrestGreenWorld*» по территории г. Бреста. Город Брест характеризуется большим потенциалом для развития городского экотуризма, т.к. в его пределах образовано два заказника и одиннадцать памятников природы. Все эти охраняемые природные территории, за исключением ботанического памятника природы «Ели обыкновенные змеевидной формы «Брестские» являются охраняемыми территориями местного значения.

Виртуальная экскурсия «*#BrestGreenWorld*» представляет собой иллюстрированное фотографиями и дополненное развернутыми описаниями движение по туристическому маршруту. На подробную базовую карту были нанесены точки маршрута на основании их GPS-координат либо непосредственных местоположений, которые можно четко увидеть на карте. В виртуальную экологическую экскурсию включены не только особо охраняемые природные территории, но и наиболее интересные ландшафтно-рекреационные территории (парки и скверы). Точки маршрута расставлены таким образом, чтобы можно было их посмотреть в порядке продвижения по карте.

Виртуальная экскурсия состоит из 15 остановочных пунктов, каждый из которых представлен 3 структурными элементами:

- 1) название особо охраняемой или ландшафтно-рекреационной территории;
- 2) интерактивная карта-подложка, на которой размещены маркеры стоянок и их номера;
- 3) поясняющий текст, который содержит описание остановочного пункта.

«Экокругосветка по Каменецкому району». В Каменецком районе находится национальный парк «Беловежская Пуща», три заказника и десять памятников природы. Причем, среди памятников природы встречаются как ботанические, так и геологические и гидрологические памятники природы.

В созданной экологической виртуальной экскурсии стоянки маршрута проиллюстрированы не только фотографиями, но и видеоматериалами.

Виртуальная экскурсия включает в себя 10 остановочных пунктов. Состоит из следующих основных структурных элементов:

- 1) название остановочного пункта с применением цвета: зелёный (ботанический), коричневый (геологический), синий (гидрологический) тип особо охраняемой природной территории;
- 2) нумерация остановок экскурсии;
- 3) фотографии или видео-обзоры станций экскурсии;
- 4) описательный элемент, содержащий краткую информацию о каждом типе природных объектов, а также кнопка-гиперссылка на дополнительную страницу в сети Интернет с описанием особо охраняемой природной территории.

Также следует отметить, что для данной экскурсии на карте-подложке прорисован собственно маршрут, по которому можно с использованием автомобильного транспорта проехать эту экскурсию «вживую». Объекты экскурсии размещены в наилучшем порядке для посещения, а маршрут экскурсии прорисован непосредственно по дорогам.

Таким образом, в данной работе представлен опыт развития туристического потенциала особо охраняемых природных территорий локальных административно-территориальных единиц (города и административного района) путем создания виртуальной экологической экскурсии. Для выполнения исследования использовался конструктор картографических веб-приложений ArcGIS Online. Источниками данных послужили сведения Брестского областного комитета природных ресурсов и охраны окружающей среды, а также результаты собственных полевых исследований.

СПИСОК ИСТОЧНИКОВ

1. Токарчук, С. М. ГИС-технологии с основами геоинформатики : курс лекций / С. М. Токарчук, Д. А. Трофимчук; Брест. гос. ун-т им. А.С. Пушкина. – Брест, БрГУ, 2022. – 119 с.
2. Токарчук, С. М. Перспективные направления эколого-гидрологических исследовательских работ школьников с применением ГИС-технологий / С. М. Токарчук, О. В. Токарчук, А. Л. Волынчиц // Геаграфія. У дапамогу педагогу. – 2023. – № 2. – С. 58–63.

Р. С. КРЕНЬ

Брест, БрГУ имени А.С. Пушкина

Научный руководитель – И.Л. Федорова, ст. преподаватель, маг. геогр. наук

ВОДНЫЙ ТУРИЗМ КАК ОДНА ИЗ ФОРМ АКТИВНОГО ОТДЫХА

Водный туризм является одним из наиболее увлекательных и захватывающих способов проведения досуга для отдыхающих. Данное направление предоставляет уникальную возможность исследовать красоту водных просторов, насыщенных природными чудесами и историческими достопримечательностями. Современный образ жизни часто подвергает нас стрессу и напряжению, и водный туризм предоставляет возможность близкого контакта с природой, обеспечивая тем самым умиротворение и внутренний покой.

Водный туризм включает в себя различные виды активного отдыха на воде, такие как каякинг, каноэ, рафтинг, путешествия на яхтах и многие другие. Эти виды рекреации позволяют не только наслаждаться природой и красотой водных ландшафтов, но и развивать физические и психологические навыки, получать удовольствие от общения с единомышленниками и познавать культурное наследие различных регионов.

Благодаря своей доступности и разнообразию форм проведения, водный туризм становится все более популярным среди любителей активного отдыха. Он открывает перед нами мир приключений и возможностей, при этом способствуя не только физическому развитию, но и внутреннему росту. Важно отметить, что водный туризм не только приносит удовольствие и пользу его участникам, но и играет важную роль в развитии туристической индустрии и экономики регионов, где он практикуется. Многие страны активно развивают инфраструктуру для проведения водных мероприятий, создавая новые рабочие места и привлекая инвестиции. Однако, несмотря на все его преимущества, водный туризм также сталкивается с вызовами и проблемами, такими как экологическое воздействие на водные экосистемы, безопасность участников и сохранение культурного наследия. Эти аспекты требуют внимания и усилий со стороны всех заинтересованных сторон, чтобы обеспечить устойчивое развитие этой формы отдыха в будущем.

Важно отметить, что водный туризм играет ключевую роль в сохранении природных ресурсов и биоразнообразия. Посещение водных туристических мест может способствовать повышению осведомленности об экологических проблемах и стимулированию усилий по сохранению водных экосистем.

Водный туризм предоставляет уникальную возможность находиться в непосредственной близости с природой, погружаясь в ее обширные просторы и разнообразие экосистем.

Во время водных путешествий туристы могут наблюдать за разнообразным животным миром, включая водоплавающих птиц, рыб, млекопитающих и других обитателей водных экосистем. Пребывание на свежем воздухе и контакт с природой способствуют физическому и психологическому здоровью, снижению стресса и улучшению общего самочувствия.

Водный туризм также предоставляет возможность обучения и познавательного опыта, позволяя изучать местную флору и фауну, географию региона и экологические особенности водных экосистем. Эти факторы делают водный туризм привлекательным видом отдыха для тех, кто стремится насладиться красотой и гармонией природы, а также получить физическое и эмоциональное удовлетворение от активного отдыха на воде.

Участие в водном туризме, таком как каякинг, каноэ или водные прогулки, требует физической активности, что способствует укреплению мышц, особенно в области спины, рук и ног. Регулярные водные занятия способствуют улучшению работы сердечно-сосудистой системы, так как упражнения на воде являются отличным кардио-тренингом. Балансировка на воде требует от тела постоянного контроля и координации движений, что способствует улучшению баланса и координации.

Плавание и путешествия на воде способствуют снижению уровня стресса и тревожности, благодаря расслабляющему воздействию природного окружения и движению на воде. Взаимодействие с природой и выполнение физических упражнений на свежем воздухе стимулируют выработку эндорфинов, что способствует улучшению настроения и общему психологическому благополучию. Достижение целей в водном туризме, таких как преодоление дистанции или покорение с трудностями на воде, способствует повышению самооценки и уверенности в своих силах. Физические и психологические выгоды, получаемые в результате занятий водным туризмом, подчеркивают его важность как средства рекреации и поддержания здорового образа жизни.

Путешествия по водным маршрутам требуют от туристов навыков ориентирования на воде, что развивает их способность планировать и осуществлять маршруты. Обучение правилам безопасности на воде и умению реагировать на чрезвычайные ситуации развивает навыки самозащиты и способность принимать обоснованные решения в экстремальных условиях.

Многие виды водного туризма требуют совместных усилий для достижения целей, что способствует развитию коммуникативных навыков

и умению работать в коллективе. Общение с опытными инструкторами и другими участниками туристических групп позволяет обмениваться опытом, учиться на примере других и развивать навыки эффективного взаимодействия.

Водный туризм предоставляет возможность изучения природных ландшафтов, флоры и фауны, что способствует развитию познавательных умений и экологической грамотности.

Путешествия по водным маршрутам часто включают в себя посещение и изучение культурных и исторических достопримечательностей, что расширяет кругозор и обогащает культурный опыт туристов. Развитие различных навыков и умений в процессе занятий водным туризмом делает его не только интересным и активным видом отдыха, но и эффективным средством саморазвития и обучения.

Водный туризм играет важную роль в современном обществе как средство отдыха, активного времяпрепровождения и возможности познания природы. Он предоставляет уникальную возможность наслаждаться красотой водных просторов, развивать физические и психологические навыки, а также познавать культурное и природное наследие различных регионов. Однако, несмотря на все его преимущества, водный туризм также сталкивается с вызовами и проблемами, такими как экологическое воздействие на водные экосистемы, безопасность участников и сохранение культурного наследия. Решение этих проблем требует совместных усилий со стороны государственных органов, бизнеса, общественных организаций и самих участников водного туризма. Поддержка и развитие водного туризма являются важными компонентами устойчивого развития туристической индустрии и региональной экономики. Создание более благоприятных условий для практики водного туризма, обеспечение безопасности и устойчивости водных экосистем, а также сохранение культурного наследия должны оставаться приоритетами в дальнейшем развитии этой формы отдыха. В целом, водный туризм продолжает оставаться одним из наиболее привлекательных и популярных видов рекреации, обогащающим жизнь людей и способствующим развитию туристической отрасли в различных регионах мира.

Благодаря своей уникальности и разнообразию форм проведения, водный туризм продолжает привлекать внимание туристов со всего мира. Он предоставляет возможность не только наслаждаться природой и активным отдыхом на воде, но и обогащать жизненный опыт, находясь в гармонии с окружающим миром. Поддержание и развитие водного туризма требует постоянного внимания со стороны общества и государства. Это важное направление рекреации должно быть доступно для всех, с учетом принципов экологической устойчивости и культурного уважения. Только таким образом можно обеспечить сохранение природных ресурсов и культурного наследия для будущих поколений. В заключение, водный туризм продолжает оставаться

источником вдохновения, радости и возможностей для всех, кто стремится познать и оценить красоту мира вокруг нас.

СПИСОК ИСТОЧНИКОВ

1. Водный туризм [Электронный ресурс]. – Режим доступа: https://tourlib.net/books_tourism/izotova3-5.htm. – Дата доступа: 13.03.2024.
2. Алиева, М.Т. Управление окружающей средой в туризме. Учебник / М.Т. Алиева, Д.И.Абидова. – Ташкент: Иқтисодиёт, 2022. – 232 с.
3. Водный туризм в Беларуси [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.belarustourism.by/blog/vodnyy-turizm-v-belarusi/> – Дата доступа: 13.03.2024.

А. В. МИХАЛЬЧУК

Брест, БрГУ имени А.С. Пушкина

Научный руководитель – С. М. Токарчук, канд. геогр. наук, доцент

ВИРТУАЛЬНЫЙ ЭКОЛОГИЧЕСКИЙ ТУР ПО МАЛОРИТСКОМУ РАЙОНУ «ЗАПОВЕДНЫЙ МИР ПРИРОДЫ»

Виртуальные экскурсии (туры) актуальнее всего рассматривать как новую, ни на что ранее не похожую форму представления туристического маршрута, которая отличается от реальной экскурсии виртуальным отображением реальности, что чаще всего достигается с применением современных и широкодоступных ГИС-технологий. Далеко не все люди могут позволить себе поехать на значительные расстояния, передвигаться по достаточно длинному маршруту, ввиду своих материальных и физических возможностей, а также погодных условий и особенностей. Таким образом для того, чтобы абсолютно все желающие смогли познакомиться с туристическим маршрутом создаются виртуальные туры, которые имеют свой ряд преимуществ: интерактивность, возможность подключения дополнительных аудио- либо видеофайлов, добавление ссылкой на другие Интернет-ресурсы и др. Такие туры характеризуются значительной новизной и практической значимостью исследовательской работы.

Главные задачи виртуальных туров: (1) привлечение к туристическому путешествию большего количества людей, находящихся далеко от изучаемого района, но желающих познакомиться с его туристско-рекреационными, уникальными, охраняемыми объектами; (2) дать толчок развитию туризма с применением ГИС-технологий; (3) повысить уровень просвещения о новых и менее освещённых ранее туристических объектов.

Виртуальные туры также дают возможность посетить и изучить те места, которые труднодоступны для непосредственного посещения.

Конечно, виртуальная экскурсия не может заменить личного присутствия, однако позволит получить необходимое достаточно полное впечатление о туристическом объекте.

Создание виртуальных экологических экскурсий несёт в себе значительный ряд преимуществ: (1) высокая степень доступности, т.е. имеется возможность изучения природных и природно-антропогенных объектов любой территории из любого места Земли без особых материальных и временных затрат; (2) экологическое образование, ведь виртуальные экскурсии представляют возможность получить знания о природе, экосистемах, проблемах окружающей среды повышая степень осознанности; (3) возможность многоразового просмотра экскурсии и прилагаемого к ней пояснительного текста; (4) уменьшение негативного воздействия на природу, связанное с туризмом, так как люди могут изучать природные объекты без необходимости их физического присутствия.

Малоритский район – это административный район на юго-западе Брестской области. Административным центром которого является город Малорита. Территория района в настоящее время составляет 1 374 км². Население города по данным на 1.01.2023 г. – 22 979 человек.

В Малоритском районе насчитывается 24 особо охраняемых природных территории, из них 5 заказников и 19 памятников природы. Это самый большой показатель для всех районов Брестской области. Таким образом, в данной работе приводится опыт создания виртуального экологического тура по Малоритскому району с посещением особо охраняемых природных территорий.

Для создания виртуального тура на разных этапах широко применялись возможности облачной платформы картографирования ArcGIS Online, где можно хранить и опубликовывать свои пространственные данные, пользоваться различными инструментами, сервисами и картами. Кроме того, в данной платформе уже содержатся готовые базовые карты, которые можно использовать для своих работ в качестве основного ресурса. В данной платформе картографирования использовался шаблон «ArcGIS StoryMaps».

ArcGIS StoryMaps – это шаблон карт историй, для него характерна мобильность, гибкость, а также работа в режиме «конструкторов», данный тип шаблона, это единый веб-документ, где самостоятельно выбираются те элементы, которые необходимы для того или иного раздела.

С использованием данного шаблона был выполнен виртуальный тур «Заповедный мир природы».

Он представляет собой виртуальный тур со стендами. Это – один из видов виртуальной экскурсии, где каждая стоянка проиллюстрирована стендами, которые выполняют роль опорного конспекта. Стенды

представляют собой проиллюстрированные схемами, фотографиями, рисунками и текстовым материалом тематические описания по каждому направлению. Стенды можно разработать самостоятельно и выполнить в любом графическом редакторе.

Виртуальный экологический тур по Малоритскому району состоит из 19 остановочных пунктов, каждый из которых включает в себя 3 структурных элемента:

- 1) интерактивная карта-подложка, на которой размещены маркеры стоянок и их номера;
- 2) стенды стоянок экскурсии, которые состоят из выполненных в ходе прохождения маршрута авторских фотографий, поясняющего текста и графических элементов;
- 3) поясняющий текст, содержащий название и номер каждого остановочного пункта экскурсии (рисунок 1).

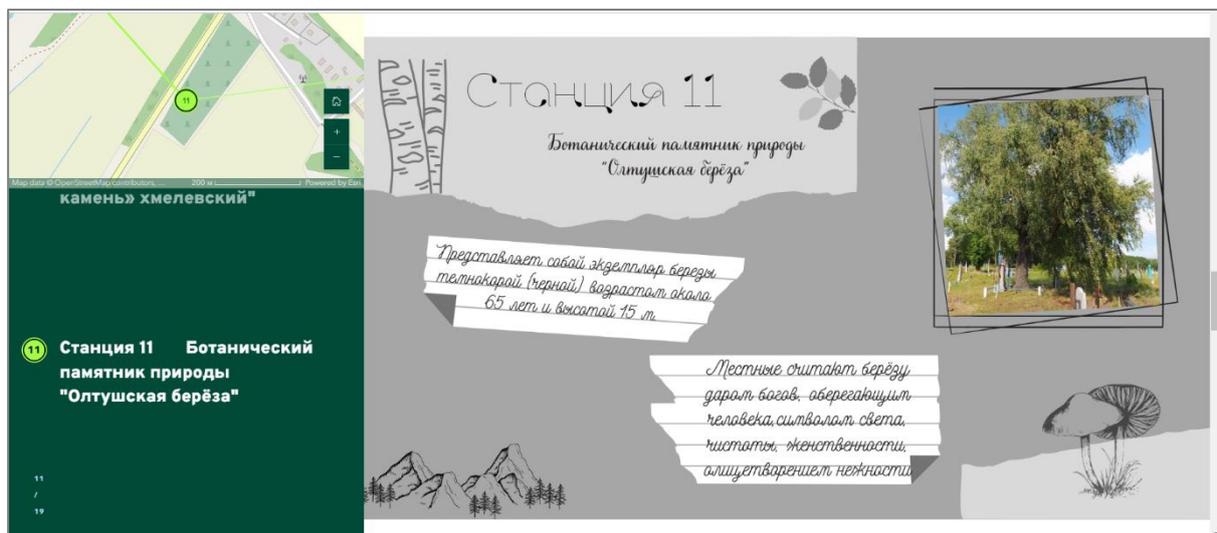


Рисунок 1 – Станция 11

В маршруте показаны уникальные природные объекты ботанического, геологического и гидрологического значения. Точки маршрута расставлены таким образом, чтобы можно было их посмотреть в порядке продвижения по карте, и в случае формирования туристической группы составить хронологию посещения данных мест с наименьшими трудовозатратами.

Таким образом, представленная экскурсия может быть использована в образовательных целях для демонстрации и изучения особо охраняемых природных территорий Малоритского района, а также органами самоуправления при создании и реализации программ содействия развитию туристской деятельности, для информирования организаций и населения об основных особенностях рекреационных ресурсов Малоритского района.

Разработанная методика выполнения виртуального тура может использоваться для создания виртуальных туров для других административных районов, а также более крупных (область, страна) или мелких (сельские советы, агроэкоусадьбы) территориальных уровней.

Таким образом, путешествие через виртуальные пространства особо охраняемых природных территорий позволяет изучить богатство биоразнообразия, изумительные пейзажи и увидеть природные чудеса, не выходя из дома. Эта форма туризма подходит для всех возрастных категорий и может быть увлекательным и познавательным путешествием.

Е. А. ПРИХОДЬКО, Р. А. КУЛИК

Брест, БрГУ имени А.С. Пушкина

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

ЭКОЛОГИЧЕСКИЙ ТУРИЗМ В БЕЛАРУСИ: СОСТОЯНИЕ, ПРОБЛЕМЫ И ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ

В последние десятилетия в условиях ухудшающейся окружающей среды (роста загрязнения воздуха, почв и вод), усиливающихся стрессов все большее значение приобретает экологический туризм (далее – экотуризм). Экотуризм – путешествия в места с относительно нетронутой природой с целью получить представление о природных и культурно-этнографических особенностях данной местности, который не нарушает при этом целостности экосистем и создает такие экономические условия, при которых охрана природы и природных ресурсов становится выгодной для местного населения, поскольку экотуризм обеспечивает активное социально-экономическое участие местных жителей и получение ими преимуществ от этой деятельности.

Республика Беларусь с ее богатым природным наследием и уникальными природными ресурсами имеет большой потенциал для развития экотуризма. Такой вид отдыха для Беларуси относительно новый, однако все больше туристов начинают им интересоваться, поскольку городские люди (их в Беларуси более 70%) предпочитают отдых на природе, нетронутой людьми.

В настоящее время выделяют 4 вида экотуризма:

1) научный туризм, при котором объектами выступают особо охраняемые природные территории, заповедники, заказники, национальные парки. Туристы участвуют в исследовательских экспедициях, ведут полевые наблюдения;

2) туры истории природы – совокупность учебных, научно-культурных и туристских экскурсий, пролегающих по специально образованным

экологическим маршрутам. Часто такие туры организуются по территориям заповедников, национальных парков, акваториям;

3) приключенческий туризм объединяет путешествия, связанные с активными способами передвижения и отдыха на природе. К данному виду экологического туризма относятся альпинизм, скалолазание, ледолазание, спелеотуризм, горный, пешеходный, водный, лыжный, горнолыжный, конный туризм, дайвинг, парапланеризм. Многие из этих видов туризма появились недавно и относятся к специальному виду туризма – экстремальному;

4) туры в природные заповедники и резервации, которые интересны туристам из-за высокой аттрактивности уникальных и экзотических природных объектов и явлений, находящихся в заповедниках [1].

Экотуризм в Беларуси обладает значительным потенциалом. Многие природные объекты страны считаются эксклюзивными в Европе. Вот некоторые из значимых мест. Самый крупный водоем – озеро Нарочь площадью 79,62 км². Около 30% территории занимают болота («легкие Европы») и 38,8% – леса. Национальные парки «Беловежская пуца» – самый крупный древний лес Европы, объявленный заповедным более 600 лет назад; «Браславские озера» – серия озер, созданных древними ледниками; «Припятский» – известен богатыми птичьими популяциями и разнообразием флоры и фауны; «Нарочанский» – славится озерами и возможностями для водного туризма. Национальные заповедники: Березинский биосферный и Полесский радиационно-экологический богаты уникальными представителями флоры и фауны (например, вертлявая камышовка) [2].

Однако несмотря на широкие возможности для экотуризма в Беларуси, он сталкивается с рядом проблем, тормозящих его развитие:

- недостаточная инфраструктура во многих регионах, что затрудняет доступ и пребывание туристов;

- неравномерное развитие территорий, что приводит к меньшему потоку туристов и недостаточному использованию природного потенциала;

- незначительный объем инвестиций в экотуризм, которые могли бы способствовать созданию инфраструктуры и местному экономическому росту.

Для решения указанных проблем необходимо реализовать ряд мер, способствующих развитию экотуризма, среди которых: создание и улучшение туристической инфраструктуры; привлечение внутренних и внешних инвестиций в экотуризм; организация взаимодействия между природоохранными институтами и местными сообществами для увеличения вклада экотуризма в развитие территорий.

Таким образом, экотуризм в Беларуси имеет значительный потенциал для своего развития и содействия функционированию местной экономики, сохранения природных ресурсов и стимулирования охраны окружающей

среды. Государство должно продолжать поддерживать развитие экологического туризма, создавать комфортные условия для туристов и разрабатывать программы и меры по охране природы. Это позволит сделать Беларусь более привлекательной для экологических туристов, способствовать развитию устойчивого и ответственного туризма в стране.

СПИСОК ИСТОЧНИКОВ

1. Экотуризм в Беларуси: проблемы и перспективы [Электронный ресурс]. – <https://rsti.by/o-nas/novosti/ekoturizm-v-belarusi-problemy-i-perspektivy/>. – Дата доступа: 25.01.2024.

2. Особо охраняемые природные территории [Электронный ресурс]. <https://www.nca.by/about/activity/adresnaya-sistema-respubliki-belarus/edinyu-reestr/osobo-okhranyaemye-prirodnye-territorii/>. – Дата доступа: 25.01.2024.

С. А. САВЧУК

Республика Беларусь, Брест, БрГУ имени А.С. Пушкина

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

ПРИВЛЕКАТЕЛЬНОСТЬ АГРОУСАДЕБ РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ ДЛЯ ПОТЕНЦИАЛЬНЫХ ТУРИСТОВ

Агрэкодуризм по праву можно считать одним из наиболее популярным видом туризма. Началом развития данного направления стали 1970-е гг. США и Западная Европа задали темп для других стран, которые видят в этом возможность улучшения экономической ситуации в пределах своих дестинаций.

Сельский туризм или «отдых в белорусской деревне» представляет собой уникальный опыт, сочетающий в себе возможность отдохнуть на природе и познакомиться с традициями сельской жизни. В стране существует множество фермерских хозяйств и усадеб, которые предлагают гостям окунуться в атмосферу загородного быта, поучаствовать в сельскохозяйственных работах, собрать урожай, познакомиться с местной флорой и фауной. Туристы могут насладиться свежим воздухом, чистой водой рек и озер, а также попробовать настоящую деревенскую кухню, приготовленную из натуральных продуктов. Агрэкодуризм в Беларуси позволяет не только отдохнуть от городской суеты, но и узнать больше о местной культуре и обычаях, а также о важности сохранения природы и экологического баланса [1].

Первые агроусадьбы на территории РБ зарегистрированы в 2003 г. в Витебской области, а сегодня число агроусадоб в стране превышает 3100. В наши дни они сфокусированы на совершенно разные целевые группы, где

помимо базовых услуг тестируются уникальные: мастер-классы по приготовлению национальных блюд, гончарному делу, плетению из соломы, сплавы по рекам на драккарах, изготовление деревянных шкатулок, занятия по садоводству и др. Целевая аудитория, среди которых присутствуют иностранцы, может предложить доскональный перечень ответов на вопросы о туристско-рекреационном потенциале, благодаря посещения данных комплексов. Зарубежным партнерам предоставляется шанс воплотить в жизнь разнообразные совместные планы, а общественные организации помогут найти общий язык с высшей исполнительной властью [2].

В настоящее время на разных уровнях осуществляется мощная поддержка государством агроэкотуризма, поэтому в 2022 г. показатель числа субъектов агроэкотуризма составил 3043 (в 2018 году – 2473). За пять лет с 2018 г. по 2022 годы наблюдается увеличение количества агроэкоусадебных комплексов почти на 20 %. Благодаря реализации программы «Беларусь гостеприимная» на 2021-2025 годы, финансовые поступления в 2022 году увеличились, по сравнению с 2018 г., на 13,5 млн. рублей.

Наблюдается увеличение общей численности туристов в Беларуси, которые были обслужены субъектами агроэкотуризма в период с 2018 по 2022 годы, хотя численность приезжих иностранных граждан значительно сократилось за пять лет.

Таблица 1 – Численности туристов, обслуженных субъектами агроэкотуризма в Республике Беларусь в 2018-2022 гг., тыс. чел.

Общее количество туристов, тыс. чел.					
Всего	По годам				
	2018	2019	2020	2021	2022
2493,8	422,3	514,8	433,3	563,6	559,6

Есть несколько оснований, почему люди стремятся переехать в сельскую местность или более удаленное от города место с минимальной инфраструктурой. Во-первых, человека тянет в естественные для него условия – там, откуда он родом: вещи, которые остались от семьи или родственников; воспоминания о беззаботном детстве и независимости и т.п. Во-вторых, это удачный шанс восстановить своё физическое и ментальное здоровье (или семьи): времяпровождение на чистом воздухе, питание натуральными продуктами и различная деятельность на открытых пространствах [3].

На основе проведенного социологического исследования по выявлению туристической привлекательности агроусадеб Беларуси было выявлено большое желание в посещении агроусадебных комплексов при выполнении определённых условий: поездка с компанией (друзьями,

семьей, родственниками) – 58,7%; желаемый профиль усадьбы – занятия любыми видами деятельности (охота, рыбалка, катание на лодках и байдарках и т.д.) – 34,8%, дегустация белорусских блюд – 23,9% и участие в работе по ремеслу (плетение, создание оберегов и украшений, изделия из дерева и глины и т.д.); предоставление качественного обслуживания – 23,9%, обеспечение безопасности и инвентаря для различного рода мероприятий (предпочтительно, спортивные состязания) – 21,7%, а также помещение для комфортного заселения и проживания – 19,6%; расположение рядом с заповедниками/заказниками/национальными парками – 43,5% и конюшнями и санаториями – 19,6%. Из основных недостатков в осуществлении базовых услуг посредством объектов агроэкотуризма выделились такие факторы, как высокая стоимость, большие расстояния между ближайшими населёнными пунктами, нет понимания построения маркетинговой структуры и рекламных заставок, мало развлечений для молодых людей и многие агроусадьбы делают упор на проведении юбилеев, праздников и т.п.

Сельский туризм в Республике Беларусь является привлекательным. Самыми популярными регионами среди туристов считаются Гродненская, Минская и Брестская области. Среди ключевых факторов посещения агротуристических предприятий можно выделить занятия различными видами деятельности (рыбалка, охота, катание на лодках и байдарках и др.), а также дегустация и приготовление национальных блюд. Качественное обслуживание, безопасность и наличие инвентаря для занятий различными видами деятельности являются важными составляющими, на которые опираются путешествующие при подборе комфортной для них агроусадьбы. Из главных минусов белорусских агрокомплексов можно выделить достаточно высокие цены на услуги и проживание, большие расстояния между населёнными пунктами и отсутствия большого спектра молодёжных развлечений, а также низкое качество обслуживания и инфраструктуры на их территории.

СПИСОК ИСТОЧНИКОВ

1. Клицунова, В. А. Интерпретация наследия в туризме. Новые подходы в эпоху экономики впечатлений / В. А. Клицунова. – Минск: Четыре четверти, 2021. – 220 с.

2. Сельский туризм Беларуси: современное состояние и перспективы развития / Я. И. Аношко [и др.]; ред. В. А. Клицунова. – Минск: Четыре четверти, 2021. – 218 с.

3. Бизнес в агро- и экотуризме: пособие / под общ.ред. А. В. Шадракова, И. Н. Шаруха. – Минск: Смэлток, 2015. – 86 с.

А. О. СЕМЕНЮК

Брест, БрГУ имени А. С. Пушкина

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

КВЕСТ КАК СРЕДСТВО РАЗВИТИЯ АГРОТУРИЗМА

Сегодня всё большую популярность в социально-культурной сфере приобретают квесты. Квесты для туристов предлагают возможность не только узнать о достопримечательностях и истории места, но и активно взаимодействовать с окружающей средой и другими участниками. Особенности организации квеста для туристов зависят от многих факторов, таких как местоположение, тематика квеста, возраст и интересы участников. [1].

Во-первых, важно выбрать подходящее место для проведения квеста. Место должно быть доступным для туристов и предлагать достаточное количество объектов и заданий для прохождения квеста.

Во-вторых, тематика квеста должна быть связана с местом проведения. Например, если квест проходит в историческом центре города, задания могут быть связаны с изучением истории, поиском старинных артефактов или разгадыванием загадок, связанных с историческими событиями.

Третья особенность организации квеста для туристов – это возможность взаимодействия с местными жителями. Квесты часто предлагают участникам общаться с прохожими, задавать им вопросы или выполнять задания с их помощью. Это позволяет туристам узнать о местной культуре и обычаях из первых уст.

Четвертая особенность – использование современных технологий. Использование мобильных приложений или специальных устройств для передачи заданий, подсказок и информации об объектах делает процесс прохождения квеста интерактивным и захватывающим.

Наконец, важно предусмотреть возможность адаптации квеста для разного возраста и уровня подготовки участников [2].

Агротуризм – это вид туризма, который знакомит с сельской местностью, сельскохозяйственными процессами и деревенским образом жизни. Но, как правило, отдыхающих интересует теплое время года. Поэтому зимой наполняемость агроусадьб и доходы значительно ниже. Расширение перечня видов услуг, позволит решить эту проблему и привлечь больше туристов в период межсезонья. Одна из новых услуг, предлагаемых туристам агроусадьбами, – это проведение квестов. Главная особенность агротуризма – это экологическая направленность. При организации квеста необходимо учитывать окружающую среду и минимизировать отрицательное влияние на нее.

Организация квеста в агротуризме требует тщательной подготовки и соблюдения правил. Данные рекомендации будут полезны для создания и проведения квеста для туристов, отдыхающих на агроусадьбе.

1. Определите тему квеста: выберите тему, связанную с агротуризмом, местными продуктами и культурой.

2. Создайте сюжет: разработайте увлекательную историю, которая будет проводить туристов через различные задания и задачи.

3. Учтите возраст и интересы аудитории: убедитесь, что квест подходит для всех возрастных групп и включает задания, которые заинтересуют каждого участника.

4. Разработайте задания разнообразные задания, связанные с сельским хозяйством и природой, которые помогут туристам узнать больше о местной культуре, традициях и истории. Задания могут включать поиск скрытых предметов, головоломки, викторины или практические задания. Для некоторых заданий необходимо подготовить реквизит.

5. Используйте интерактивные элементы, такие как мобильные технологии (например, приложения с подсказками).

6. Разработайте интересный маршрут по территории агроусадьбы. Установите ключевые точки, где участники будут выполнять задания или получать подсказки.

7. Предоставьте подробные инструкции: убедитесь, что участники хорошо понимают правила и инструкции квеста. Объясните, как искать подсказки, какие инструменты использовать и что делать в случае затруднений.

8. Обеспечьте безопасность: перед проведением квеста проверьте маршрут на безопасность и предупредите участников о возможных опасностях.

9. Подготовьте призы для всех участников квеста, чтобы стимулировать их активное участие и мотивировать на успешное прохождение заданий.

10. Получите обратную связь после проведения квеста, чтобы узнать, что понравилось, что можно улучшить и какие темы добавить в будущем.

При разработке квеста необходимо учитывать его гибкость и индивидуальность, чтобы адаптировать маршруты и задания с учетом заявленных интересов группы или индивидуального участника. Создание квеста в агротуризме может привлечь больше посетителей. Таким образом, квест – это маркетинговый инструмент, способствующий развитию агротуристической сферы.

СПИСОК ИСТОЧНИКОВ

1. Квест-туры: в чём их уникальность [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://travel.rambler.ru/lifehack/51755926-kvest-tury-v-chem-ih-unikalnost/> – Дата доступа: 05.04.2024
2. Применение технологий организации квестов в культурно-познавательном туризме [Электронный ресурс]. – Режим доступа: elib.bsu.by – Дата доступа: 06.04.2024

Д. Д. ЧЕЛЕЙ

Брест, БрГУ имени А.С. Пушкина

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

СОВРЕМЕННОЕ СОСТОЯНИЕ РАЗВИТИЯ ТУРИСТИЧЕСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ В РЕСПУБЛИКАНСКОМ БИОЛОГИЧЕСКОМ ЗАКАЗНИКЕ «СПОРОВСКИЙ»

Государственный биологический заказник «Споровский» площадью 11,3 тыс. га был создан в 1991 году. В 1999 году было принято решение о расширении границ заказника с 11,3 тыс. га до 19,4 тыс. га путем присоединения территории, которая расположена севернее оз. Споровское, и о переименовании его в республиканский биологический заказник «Споровский». Целью расширения заказника стало сохранение уникальных мезотрофных низинных болот, эталонных участков болотно-луговых и лесных угодий с комплексами редких и исчезающих видов растений и животных, занесенных в Красную книгу Республики Беларусь.

Заказник «Споровский» получил статус водно-болотного угодья международного значения в 1999 г.: это первая Рамсарская территория в Беларуси. В 1998 г. учреждена территория, важная для птиц (ТВП) «Спорово» (8,2 тыс.га). В 2000 г. ТВП «Спорово» и ТВП «Ясельда» были объединены в одну с названием «ТВП «Споровский» общей площадью 20,2 тыс. га.

Заказник является объектом Изумрудной сети (2009), ядра национального значения N15 и экологического коридора национально значения CN19 национальной экологической сети (2018 г.).

В территорию республиканского биологического заказника «Споровский» включены земли 4 районов Брестской области: Березовского, Дрогичинского, Ивановского и Ивацевичского.

На территории заказника созданы объекты рекреационной инфраструктуры (экологический центр в д. Высокое, Стригинский сельсовет), оборудована экологическая тропа, разработаны экологические маршруты, активно функционирует веревочный городок.

Организацией рекреационного использования территории занимается Государственное природоохранное учреждение (далее ГПУ) «Республиканский биологический заказник «Споровский», где предоставляют услуги проживания (13 мест), питания, а также конференц-зал.

С 2019 г. начала свою деятельность станция кольцевания птиц «Ясельда», которая является частью экологической тропы «В краю вертлявой камышовым». С 2021 г. активно функционирует 2-ух уровневый веревочный городок. В заказнике действует 5 экологических маршрутов (таблица 1).

Таблица 1 – Перечень экологических маршрутов заказника «Споровский»

№ п/п	Название	Категория	Протяж-ть, км
1.	Палеская спадчына	Комбинированный	15-20
2.	Велосипедный маршрут д. Высокое-д. Мостыки-д. Старомлыны-оз. Белое-д. Высокое	Велосипедный	20
3.	Экологическая тропа «В краю вертлявой камышевки»	Экологическая тропа	2
4.	«По Ясельде-реке»	Водный	20
5.	«Уникальное озеро Споровское»	Пеший	6

ГПУ оказывает следующие туристические услуги:

- организация различного вида экскурсий (пешие, велосипедные, водные, смешанные маршруты), в том числе обзорные и специализированные туры в зависимости от предпочтений туристов;
- организация иностранных охотничьих туров;
- организация отдыха на экологически чистой природе в виде туров «выходного дня»;
- проведение конных поездок на телегах и верховых;
- услуги проводника;
- предоставляет туристический инвентарь (прокат весельных и моторной лодок, прокат велосипедов, прокат туристического снаряжения, аренда беседок и др.) [1].

На сегодняшний день в заказнике функционирует экологическая тропа «В краю вертлявой камышевки». Она ориентирована как на групповые, так и на индивидуальные туры. Тропа кольцевого типа с двукратным пересечением реки Ясельда на парамах. Тропа построена с соблюдением требований к безбарьерной среде, соответственно ее смогут посетить люди с инвалидностью, для ознакомления туристов с природными ландшафтами, растительным и животным миром заказника, протяжённостью 1,5 км. На левом берегу установлена смотровая вышка с хорошим обзором русла реки и

поймы, на правом берегу, на болоте имеется смотровая площадка, для отдыха оборудованы грибки и беседки с мангалами и кострищами. На тропе установлены стенды с информацией о правилах поведения на особо охраняемых природных территориях, о растительном и животном мире заказника. Организован прокат лодок. На данной Экологической тропе размещена станция кольцевания птиц «Ясельда», являющейся частью национальной системы мониторинга и кольцевания птиц водно-болотных угодий.

Также каждый год на территории заказника проходит эко-фестиваль «Споровские сенокосы», который привлекает не только «внутренних» туристов, но и посетителей из зарубежных стран.

Основная цель чемпионата – привлечь внимание общественности к важным экологическим проблемам сохранности белорусских болот и торфяников. «Птичку жалко!» – это крылатая фраза из популярного фильма вдохновила организаторов единственного в Беларуси состязания по ручному сенокосению на болоте. На болотах заказника «Споровский» живет крайне редкий вид птиц – вертлявая камышовка, которой грозит гибель в мировом масштабе в связи с зарастанием болот.

Участники экофестиваля вносят свой вклад в борьбу с этой проблемой, а заодно сохраняют и передают молодым исчезающее умение ручного сенокосения.

Гостям фестиваля предлагают полетать на дельтаплане, посетить станцию кольцевания птиц, веревочный городок, пройти экологическую тропу и освоить навыки гребли на байдарках.

Также с недавнего времени в заказнике осуществляются организованные сплавы на байдарках по р. Ясельда. Начиная с 2021 г. проводится фестиваль водного туризма «Ясельдавыя хвалі». Проводятся старты на байдарках по маршруту в 9 километров. Фестиваль организован инициативой «Развитие водного туризма в долине р. Ясельды» в рамках проекта «Ландшафтно-ориентированное развитие сельских территорий долины р. Ясельды при участии местного населения».

Республиканский биологический заказник «Споровский» ведет активную туристическую деятельность, с каждым годом совершенствуя свою инфраструктуру. Помимо туристической деятельности ГПУ активно занимается работой, направленной на привлечение средств международных доноров на природоохранные цели.

Очистка болот от кустарников улучшит их состояние что, в свою очередь, повысит привлекательность природного комплекса и позволит сохранить то уникальное биоразнообразие территории, ради сохранения которого и был образован заказник.

СПИСОК ИСТОЧНИКОВ

1. Официальный сайт ГПУ «Заказник республиканского значения Споровский» [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://sporava.by> . – Дата доступа: 07.04.24

РАЗДЕЛ 6. ИНФОРМАЦИОННЫЕ ТЕХНОЛОГИИ И ОБРАЗОВАНИЕ В ТУРИЗМЕ

К. А. БОГОВИЧ

Брест, БрГУ имени А.С. Пушкина

Научный руководитель – С. М. Токарчук, канд. геогр. наук, доцент

ПРИМЕНЕНИЕ СОВРЕМЕННЫХ ИНФОРМАЦИОННЫХ ТЕХНОЛОГИЙ ДЛЯ РАЗВИТИЯ РЕКРЕАЦИОННОГО ПОТЕНЦИАЛА ПИНСКОГО РАЙОНА

Рекреационный потенциал – это совокупность природных, культурно-исторических и социально-экономических предпосылок для организации рекреационной деятельности на определенной территории [1; 2]. В рекреационных ресурсах территории принято выделять две составляющие: природные и антропогенные ресурсы (культурно-исторические ресурсы). К природным ресурсам относятся литосфера, климат, гидросфера и биосфера. Культурно-исторические рекреационные ресурсы – это исторические, архитектурные и археологические памятники, которые могут быть использованы в качестве объектов туризма. Кроме того, к антропогенным рекреационным ресурсам относятся объекты туристской инфраструктуры, такие как санатории, агроусадьбы и места стока минеральных источников.

Целью работы является разработка и обоснование алгоритмов применения современных информационных технологий для развития рекреационного потенциала на примере Пинского района.

Пинский район расположен в южной части Брестской области. Его площадь составляет 3261 км², численность населения 41 168 человек (на 1 января 2023 года).

Пинский район характеризуется высоким рекреационным потенциалом. Прежде всего, это обусловлено значительной площадью его территории (район занимает 2-е место среди районов Брестской области), а также множеством природных и антропогенных рекреационных ресурсов, в том числе уникальных для области.

Среди основных характеристик природных рекреационных ресурсов района следует выделить следующее:

1) 30,4 % территории района занято лесами, причем в районе встречается большинство типов лесов, характерных для Брестской области;

2) по территории района протекает 60 водотоков (рек, ручьёв); Самый большой по величине и по водности приток реки Днепра – река Припять с

притоками Пина, Ясельда, Стырь, Бобрик, Вислица, Меречанка, Простырь и другими малыми реками. 128 озёр находится на территории района, наиболее крупные озёра – Городищенское (Полесское), Кончицкое, Семиховичское, Блудное;

3) в пределах Пинского района расположено 8 заказников. Среди них выделяются как республиканского, так и местного значения. К заказникам республиканского значения относятся два ландшафтных – «Средняя Припять» и «Простырь», и один биологический – «Тырвовичи». К заказникам местного значения относятся 5 биологических заказников. Два заказника имеют международный статус расарских водно-болотных угодий. Наибольшую площадь в пределах района занимает ландшафтный заказник республиканского значения «Средняя Припять», который создан с целью сохранения местообитания водоплавающих птиц и является также ключевой орнитологической территорией. Кроме того в районе расположено 13 ботанических памятников природы, один из которых республиканского значения (парк «Поречье»), другие – местного.

В Пинском районе насчитывается 225 памятников истории, архитектуры и культуры. Здесь находятся православные, католические и иудейские святыни и могилы. Район богат не только памятниками историко-культурного наследия, но и этнокультурными и историко-культурными особенностями (традиционные народные промыслы, народные праздники, кулинарные традиции, народные обряды и т.д).

Район имеет предпосылки для развития рекреационной деятельности благодаря высоким социально-экономическим демографическим показателям и более благоприятным экологическим характеристикам по сравнению с областными стандартами.

В настоящее время с использованием ряда современных программных оболочек для территории Пинского района создано несколько информационных продуктов, способствующих развитию его рекреационного потенциала:

1. Электронный атлас особо охраняемых природных территорий Пинского и близлежащих (Столинского, Лунинецкого, Ивановского) районов. Данный вариант атласа выполнен с использованием картографического web-шаблона «ArcGIS StoryMaps» облачной платформы картографирования ArcGIS Online. В атласе использовались разные элементы конструктора: текст, туры по карте, управляющие кнопки и гиперссылки для перехода на дополнительные страницы. Основная часть атласа включает пять основных разделов: «Введение», «Заказники республиканские», «Заказники местные», «Памятники природы (республиканские)», «Памятники природы местные». Каждый из разделов атласа содержит картографический, иллюстративный и текстовый материал (рисунок 1).

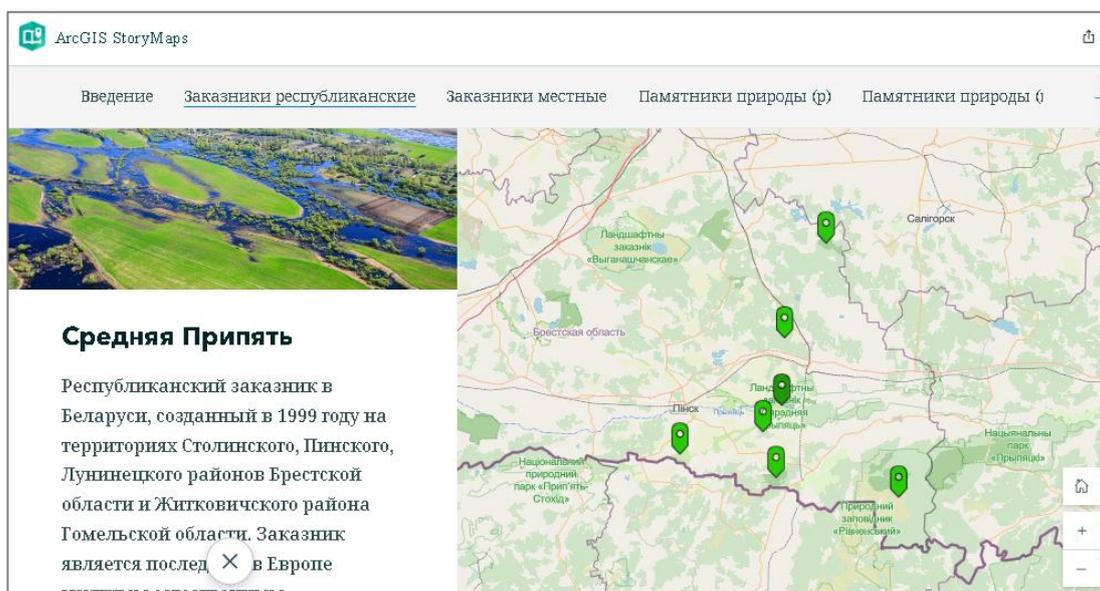


Рисунок 1 – Иллюстрация раздела «Заказники республиканские»

2. Инвентаризационная карта «Водные объекты Пинского района». Данная карта выполнена с использованием web-шаблона «Story Map Shortlist» ArcGIS Online и находится в свободном доступе в сети Интернет. Данное приложение является каталогом водных объектов района (рисунок 2). В нём представлены карты с местоположением водных объектов, фотографии и описания водных объектов, сгруппированных по типам (реки, озёра, подземные воды болота, водохранилища).

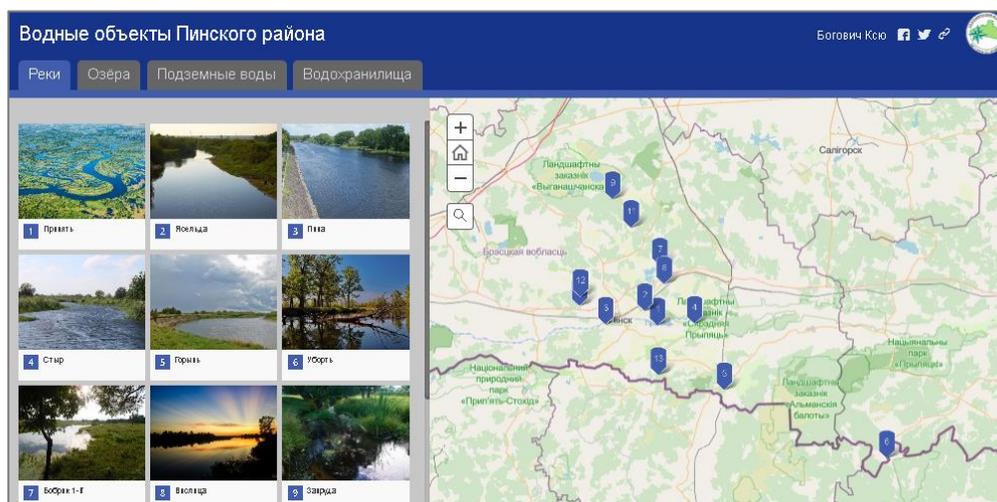


Рисунок 2 – Иллюстрация одного из разделов каталога «Водные объекты Пинского района»

3. Ознакомительная экскурсия по городу Пинску. Данная экскурсия разработана с учётом основных особенностей города (уникальные объекты, достопримечательности, места для отдыха и т.д.) и выполнена с использованием картографического web-шаблона «Story map tour» ArcGIS

Online. Данный маршрут размещен в свободном доступе в сети Интернет и представляет собой иллюстрированное фотографиями и дополненное развернутыми описаниями движение по виртуальному маршруту в пределах города (рисунок 3).

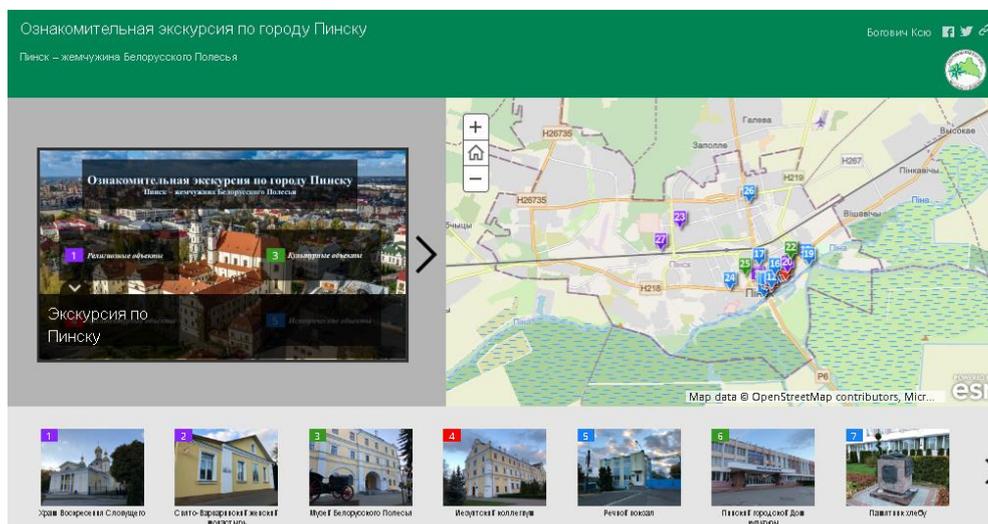


Рисунок 3 – Иллюстрация ознакомительной экскурсии по городу Пинску

Таким образом, в работе представлены результаты основных направлений применения современных информационных технологий для развития рекреационного потенциала административного района.

Полученные информационные продукты могут быть использованы:

- 1) в учебном процессе при чтении лекций и выполнении практических работ по курсам «Экотуризм», «Рекреационная география» и др.;
- 2) созданные продукты могут использоваться органами самоуправления для разработки программ по развитию туризма и информирования организаций и населения о рекреационных ресурсах района;
- 3) представленная методика может использоваться для создания электронных информационных продуктов на различных территориальных уровнях – от административных районов до сельских советов и агроусадоб.

СПИСОК ИСТОЧНИКОВ

1. География туризма : учебник / В.Л. Погодина, И.Г. Филиппова ; под ред. Е.И. Богданова. – Москва : ИНФРА-М, 2018. – 256 с.
2. Чибилёва, В. П. Рекреационная география : учебное пособие / В. П. Чибилёва, И. Ю. Филимонова. – Оренбург : ОГУ, 2015. – 202 с.

П. В. ИВАНЮК

Брест, БрГУ имени А.С. Пушкина

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

ТЕХНОЛОГИЧЕСКИЕ ИННОВАЦИИ В ИНДУСТРИИ СПОРТА И СПОРТИВНОГО ТУРИЗМА

Современные спорт и спортивный туризм пережили значительные изменения за последние десятилетия, благодаря появлению множества технических новинок. Теперь достижения современной цивилизации стали неотъемлемой частью спортивной и туристической жизни: болельщики и любители спорта могут следить за спортивными событиями в режиме реального времени благодаря онлайн-трансляциям, а туристы – использовать фитнес-браслеты для отслеживания своей активности.

В настоящее время постоянно внедряются технологические инновации, позволяющие спортсменам и туристам (особенно в экстремальных видах спортивного туризма: дайвинг, рафтинг, альпинизм) устанавливать новые рекорды и разрабатывать инновационные методики тренировок. Например, улучшение покрытий на спортивных аренах позволило бегунам улучшить технику бега и развить большую скорость. Велосипедный спорт и велосипедный туризм претерпел изменения благодаря новым конструкциям и материалам, используемым в изготовлении велосипедов, сделав их более легкими и быстрыми. Виртуальная и дополненная реальность придает спортивным и туристским мероприятиям новый уровень интерактивности, позволяя участникам получать уникальный опыт от просмотра. Технологии затронули практически все виды спорта и спортивного туризма, приводя к разработке новых снарядов и экипировки, применению новых материалов и технологий в одежде и обуви спортсменов и туристов, улучшению рекордов. Сегодня даже любитель спорта или начинающий турист могут достичь значительных результатов благодаря использованию высококачественной спортивной и туристской экипировки [1].

Диагностическая аппаратура, специальные приборы и системы, способные анализировать информацию о спортсмене (туристе) во время тренировок или походов (восхождений, погружений), стали неотъемлемой частью спортивной и туристической индустрии. Использование видеозаписывающих устройств позволяет спортсменам анализировать свои движения, что помогает улучшить технику. Тензометрические устройства, регистрирующие опорную реакцию, помогают оптимизировать нагрузку и предотвращать травмы. Автоматизированные системы контроля действий спортсменов в командных видах спорта совершенствуют координацию и

синхронизацию участников, что приводит к повышению результативности команды в целом [1].

Современные технологии (сети 5G, искусственный интеллект) изменяют спортивную и туристическую индустрию, делая занятия спортом или спортивным туризмом более доступными и захватывающими. Внедрение сетей 5G открывает новые возможности для улучшения тренировок спортсменов, привлечения более широкой аудитории зрителей и болельщиков. Благодаря более быстрой и надежной связи 5G, данные могут передаваться и анализироваться в реальном времени, что помогает тренерам и атлетам, гидам и туристам на маршрутах принимать более обоснованные решения на основе актуальной информации. Искусственный интеллект способен обрабатывать огромные объемы информации и выявлять закономерности, которые могут помочь в улучшении результатов спортивных и туристических команд, индивидуальных спортсменов и туристов. Оптимизация тренировочных программ, предсказание травм и улучшение техники – области, где искусственный интеллект может применяться в спорте и спортивном туризме [2].

Создание совместного кластера БГУФК и БНТУ позволяет объединить усилия специалистов в разных областях для разработки инновационных тренажеров, способствующих улучшению техники и подготовки спортсменов и туристов. К примеру, тренажер для отработки конькового хода для лыжных гонок позволяет визуализировать давление, с которым спортсмен делает то или иное движение и корректировать его, что важно при постановке правильной техники. Производство анатомических стелек на базе РНПЦ спорта играет важную роль в спортивной и туристской подготовке. Использование индивидуально изготовленных стелек позволяет уменьшить нагрузку на ноги спортсмена, повысить комфортность тренировок и походов, что может улучшить результаты.

Участие в международных форумах (ТИБО-2022) помогает представить разработки белорусских специалистов в области спортивных и туристских технологий на мировой арене. Это способствует обмену опытом и созданию новых партнерств, что в конечном итоге способствует развитию спортивной и туристической индустрии в целом.

Потенциал использования технологий в спорте и спортивном туризме безграничен, их развитие открывает новые перспективы. Вот несколько возможных областей для их будущего развития:

– биометрические датчики могут помочь отслеживать физиологические реакции спортсменов и туристов в экстремальных видах туризма (альпинизм, рафтинг) в режиме реального времени, что позволит тренерам, проводникам, гидам, врачам более эффективно контролировать их состояние и предотвращать возможные травмы;

– 3D-печать может быть применена для создания индивидуального спортивного и туристского снаряжения, которое идеально подходит для конкретного спортсмена или туриста, что повысит его комфортность и эффективность на тренировках, соревнованиях, походах;

– виртуальная и дополненная реальность может изменить способы взаимодействия спортсменов и туристов на тренировках, в походах, на соревнованиях, предоставляя им новые возможности для обучения и развития навыков [2].

Таким образом, современные технологии и инновации играют важную роль в развитии спорта и спортивного туризма. Их дальнейшее развитие обещает новые достижения в подготовке участников, организации спортивных и туристских мероприятий. Современные технологические инновации могут как улучшить физическую подготовку спортсменов и туристов, так и создать потенциальные проблемы, такие как зависимость от трекеров активности или переизбыток финансовых затрат, поэтому их использование должно быть сбалансированным. Важно придерживаться принципа доступности инновационных технологий в области спорта и спортивного туризма для всех слоев населения, чтобы каждый человек мог воспользоваться их возможностями. Объединение современных технологий и традиционных методов тренировок и подходов может привести к достижению лучших результатов в спорте и спортивном туризме, повышению общего уровня физической активности и здоровья участников. Инвестиции в исследования и разработку новых спортивных и туристских технологий помогают улучшить тренировочные процессы и повысить их результативность.

СПИСОК ИСТОЧНИКОВ

1. Глинина, К.С. Современные технологии, используемые в физической культуре и спорте, их влияние на организм человека [Электронный ресурс] / К.С. Глинина [и др.] // Молодой ученый. – 2023. – № 12 (459). – С. 193–194.

2. Информационные технологии в спорте [Электронный ресурс] – <https://www.mst.gov.by/ru/novosti/novosti/item/20673-informatsionnye-tekhnologii-v-sporte.html/> – Дата доступа: 23.03.2024.

Д. А. КУЗНЕЦОВА

Брест, БрГУ имени А. С. Пушкина

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

ИНФОРМАЦИОННЫХ ТЕХНОЛОГИЙ В СТРУКТУРЕ ИНДУСТРИИ ТУРИЗМА. РЕКЛАМА

Индустрия туризма – это межотраслевой хозяйственный комплекс, который специализируется на создании турпродукта, способного удовлетворять потребности населения в проведении досуга, отдыха и оздоровления, в путешествиях путем производства и реализации товаров и услуг туристического назначения. Другими словами индустрия туризма производит туристический продукт, который востребован как на внешнем, так и на внутреннем рынке.

Туристическая индустрия объединяет разнородные отрасли и виды деятельности как материального производства, так и непромышленной сферы. Рассмотрим основные из них.

Связующим звеном туристической отрасли является информация. Именно информационные потоки, а не товары обеспечивают связи между производителями туристических услуг, потому что не сами услуги и платежи отправляются по назначению, а переводится только информация о них. Поэтому ведение и развитие туристического бизнеса в современных условиях предъявляет особые требования к качеству средств коммуникаций и передачи информации, информационному обслуживанию.

Важно обеспечить хорошую скорость передачи данных. Большую роль играют также качество информации, ее достоверность, своевременность предоставления информации конечному пользователю и актуальность.

Добиваются великолепных результатов лишь те компании, руководство которых умеет принимать эффективные решения, грамотно использует дополнительные возможности и современные компьютерные технологии в туризме. А это значит, что туризм на рынке почти полностью зависит от используемых возможностей информационных технологий.

В настоящее время успешная работа любой туристической фирмы зависит не только от нужного продукта хорошего качества. Необходима систематическая и эффективная связь с потенциальным клиентом. Соответственно, налаживание хороших контактов с клиентами, реклама туристических услуг, создание и закрепление в обществе позитивного отношения к туризму является одними из главнейших мероприятий туристической индустрии.

Основными организаторами туризма являются туроператоры, турагенты и турагентства.

Туроператоры выполняют функции организаторов и создателей комплексного продукта для группового туризма, а турагент – это физическое или юридическое лицо, выступающее посредником по продаже сформированных туроператором туров.

Туристическое агентство – это юридическое или физическое лицо, занимающееся рекламированием, доведением до потребителя и продажей разработанных туроператором турпакетов. К функциям туристических агентств относятся:

- рекламирование туров, предлагаемых туроператорами, на региональном рынке за свой счет и под свою финансовую ответственность – агент, таким образом, самостоятельно принимает решение о том, какие из предложенных оператором туров будут позитивно восприняты и востребованы на региональном рынке, а затем рекламирует их всеми доступными ему способами за собственные денежные средства;

- информирование потенциального клиента о туре;
- продажа тура – предварительное бронирование тура у оператора, получение от последнего подтверждения бронирования и прием оплаты за предстоящий тур у клиента;

- предоставление дополнительных услуг, обеспечивающих максимальное удобство для туриста, например, организация дополнительных ночевок, переездов, экскурсий;

Турообразующей функцией агента является приобретение им отдельных туристических услуг у различных туроператоров и самостоятельное формирование из них туристического пакета. Эта функция реализуется при организации заказных индивидуальных и групповых туров и позволяет разработать более выгодные турпакеты с точки зрения итоговой цены.

Как видно из приведенного перечня, из всех функций турагентов будет способствовать продвижению туристического продукта именно реклама. Рассмотрим более подробно роль информационных технологий в этом виде деятельности.

Реклама – это наиболее эффективное средство информирования покупателей о новых товарах и услугах. Хорошо организованная реклама – это важное условие эффективной рыночной стратегии туристической фирмы, ее обязательная составляющая.

Среди носителей туристической рекламы можно назвать:

- печатные издания – газеты, журналы и др.;
- радио и телевидение;

- наружную рекламу – декоративно-информационные конструкции, расположенные на более оживленных улицах и проспектах населенных пунктов – рекламные щиты, растяжки, реклама на транспорте и внутри него;
- сеть Интернет.

Лидирующие позиции в качестве носителя рекламной информации сегодня все чаще занимает сеть Интернет, обеспечивающая туроператору оперативную связь не только с агентами, но и с потенциальными туристами. Сегодня работа в сети Интернет перестала быть символом «продвинутости» оператора, превратилась в необходимость.

Реклама в сети Интернет отличается следующими преимуществами:

- низкая стоимость;
- избирательность за счет того, что адресатами Интернет-рекламы становятся только заинтересованные в ее получении лица;
- информативность, так как посредством сети Интернет можно публиковать и рассылать любые объемы информации;
- регулярность благодаря возможности автоматизации нужной повторяемости рекламного воздействия;
- оперативность, выраженная в доведении информации до адресата в считанные секунды.

Реклама туризма ориентируется, прежде всего, на увеличение участия тех групп населения, которые прежде не принимали активного участия в туризме. Она направлена на расширение знаний потребителя о местах и предприятиях индустрии туризма и возможном их использовании. Реклама ориентирует участников туризма в пространстве и во времени с целью сокращения перегрузки в туристических местах, удлинения сезонов, снижения сезонных пиков.

СПИСОК ИСТОЧНИКОВ

1. Инновационные технологии в гостиничном бизнесе – [Электронный ресурс] – Режим доступа: <https://viafuture.ru/katalog-idej/innovatsii-v-gostinichnom-biznese> – Дата доступа: 01.03.2024

2. Инновации и технологии в гостиничном бизнесе в 2023 году – [Электронный ресурс] – Режим доступа <https://samstiray.ru/blog/article/innovacii-i-tehnologii-v-gostinichnom-biznese-2022/> – Дата доступа: 01.03.2024.

А. А. МАСЛЯКОВА

Брест, БрГУ имени А. С. Пушкина

Научный руководитель – Н.И. Сухонос, ст. преподаватель, маг. экон. наук

ИНТЕРНЕТ-ТЕХНОЛОГИИ КАК СРЕДСТВО ПРОДВИЖЕНИЯ ГОСТИНИЧНЫХ УСЛУГ

В современном мире Интернет играет ключевую роль в индустрии туризма и гостеприимства. Веб-сайты туристических компаний стали незаменимым инструментом для потребителей, позволяя им изучить разнообразие предложений на рынке и сделать правильный выбор при бронировании отеля или покупке тура. При этом выбрать отель для проживания или оформить путевку на отдых гораздо сложнее, чем приобрести в интернет-магазине какой-либо материальный товар, так как потребитель заранее не имеет возможности познакомиться с услугой воочию. Интернет предоставляет возможность дистанционно ознакомить клиента с местом, которое ему еще только предстоит увидеть, а в наше время, это может послужить решающим фактором при выборе средства размещения. Более того, отсутствие сайта у отеля воспринимается целевой аудиторией как показатель низкого уровня предприятия, независимо от реального качества предоставляемых услуг.

Главная особенность гостиничного бизнеса заключается в том, что потенциальные клиенты живут за сотни и тысячи километров, поэтому традиционная оффлайн-реклама может охватить только крайне ограниченную часть целевой аудитории. Интернет позволяет решить эту проблему и привлекать потребителей практически с любой точки планеты. Сейчас трудно представить человека, отправляющегося в поездку, предварительно не убедившись в наличии номеров в интересующем его отеле и не забронировав номер для себя.

Также, каждое предприятие в сфере гостеприимства сталкивается с острой конкуренцией, поэтому для успешного развития и привлечения клиентов необходимо использовать различные маркетинговые стратегии и инновационные технологии. Интернет – это площадка, где можно представить свои услуги в полной мере, поэтому продвижение гостиницы в Сети сегодня очень популярно. Можно с уверенностью утверждать, что на данный момент абсолютное большинство людей выбирают место для проживания при помощи сети Интернет. При этом «выигрывают» отели, чьи сайты расположены на верхних строчках поисковых систем, и те, которые размещают контекстную рекламу по ключевым запросам, таким образом получая преимущество над конкурентами. Чтобы оказаться в списке лидеров, нужно правильно подобрать слова для рекламы гостиничного бизнеса и составить качественные объявления.

Для этого необходимо разбираться в интернет-рекламе гостиниц, понимать психологию пользователя, алгоритм поиска информации в интернете.

В интернет-маркетинге предусмотрен ряд средств, самыми востребованными среди которых являются:

1) SEO или поисковая оптимизация. Отелям необходимо использовать методы поискового маркетинга, чтобы привлечь клиентов к своему веб-сайту. Метод поискового маркетинга – это комплекс мероприятий, направленный на увеличение посещаемости сайта с поисковых машин: Яндекс, Google и т. д.

2) контекстная реклама;

3) баннерная реклама;

4) SMM – продвижение в социальных сетях; С использованием социальных медиа клиенты получают возможность более детального планирования своих поездок, обращаясь к разным ресурсам (социальные сети, отзывы путешественников и т. д.);

5) тематические рассылки или email-маркетинг;

6) собственный сайт. Общение с клиентами через сайт поднимет имидж отеля. Активная работа с содержимым поможет улучшить положение ресурса в поисковой выдаче и, в итоге, привлечёт больше клиентов. Через собственный сайт отель может продавать не только проживание, но и спецпредложения и дополнительные услуги, такие как SPA, ресторанные услуги, организация праздников и свадеб, услуги конференц-залов и пр.

7) системы онлайн-бронирования. Системы онлайн-бронирования мест в отелях – важнейшее средство продвижения гостиничных и туристских услуг в современном мире. К основным достоинствам использования систем онлайн-бронирования, привлекающих путешественников, можно отнести высокую скорость обслуживания клиентов; резервирование в режиме онлайн; более низкую стоимость предлагаемых услуг; систему гибких цен и пр.

8) тематические площадки – туристские сайты, форумы и т. д.

Это далеко не полный список способов привлечения целевой аудитории, которые доступны современным владельцам отелей. Существует еще много методов увеличения целевой аудитории. Однако одним из основных способов использования интернет-технологий для продвижения гостиничных услуг является создание и продвижение сайта отеля. При этом важными и эффективными могут быть абсолютно все источники привлечений целевой аудитории. И все их можно применять. Инновационные технологии, такие как виртуальные туры по отелям также могут помочь улучшить уровень сервиса и обеспечить конкурентные преимущества. В конечном итоге, успешное продвижение гостиничного бизнеса в Интернете требует комплексного подхода и постоянного совершенствования стратегии маркетинга и обслуживания клиентов. Однако необходимо не только тратить средства на рекламу, но и анализировать ее эффективность. Только грамотная аналитическая

деятельность поможет увидеть, насколько эффективна та или иная реклама и грамотно распределить рекламный бюджет. Кроме того, интернет-технологии позволяют собирать и анализировать данные о поведении клиентов, их предпочтениях и потребностях. Это поможет улучшить качество обслуживания, настроить персонализированный подход к каждому клиенту и удерживать лояльных гостей.

Таким образом, можно сделать вывод, что на сегодняшний день люди в современном мире проводят большое количество времени в Интернете, а значит, Интернет-реклама является эффективным способом продвижения и поддержания связи с потребителями даже на больших расстояниях.

Интернет является одним из главных источников получения информации о гостинице для клиента и в настоящее время отели имеют возможность использовать большое количество различных способов продвижения в Интернете, однако, уделять внимание следует не только количеству используемых интернет-ресурсов, но и качеству их использования. С их помощью можно привлечь новых клиентов, увеличить узнаваемость отеля, повысить уровень сервиса и удовлетворенность гостей. Поэтому владельцам гостиниц стоит максимально использовать все возможности интернета для продвижения своего бизнеса.

СПИСОК ИСТОЧНИКОВ

1. Все о рекламе и продвижении в Интернете : учебное пособие / П. Алакшин. – М. : Альпина Паблишер, 2010. – 278 с.
2. Маркетинговые коммуникации: виды [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://sendpulse.by/support/glossary> – Дата доступа: 25.02.2023
3. Маркетинг гостиничного хозяйства. Проблемы, перспективы: учебное пособие / С. И. Байлик. – Киев: ВИРА-Р, 2010. – 287 с.
4. Специфика маркетинговой коммуникации на туристском рынке [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://infopedia.su/10x37f.html> – Дата доступа: 25.02.2023

А. Д. ПРОНЬКО

Брест, БрГУ имени А. С. Пушкина

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

ИННОВАЦИОННЫЕ ТЕХНОЛОГИИ В ГОСТИНИЧНОЙ ИНДУСТРИИ

Инновационные технологии в гостиничной индустрии играют ключевую роль в современном бизнесе, обеспечивая улучшение качества обслуживания, повышение эффективности операций и удовлетворение потребностей современных гостей. Они же направлены на создание более комфортного и персонализированного опыта для гостей, а также на повышение эффективности и конкурентоспособности отелей. Внедрение современных технологий требует инвестиций, обучения персонала и постоянного следования за новыми тенденциями в отрасли.

Новшества в индустрии гостеприимства – это нововведения, увеличивающие конкурентоспособность предприятия. Такие решения должны либо улучшать качество удовлетворения уже существующей потребности гостей, либо создают услугу, удовлетворяющую желание, ранее не удовлетворявшееся. Инновационные технологии в сфере гостеприимства имеют целый ряд целей, направленных на улучшение качества обслуживания гостей, оптимизацию операционных процессов и повышение конкурентоспособности отельных компаний. Некоторые из основных целей инновационных технологий в гостиничной индустрии включают в себя:

1. Улучшение обслуживания гостей. Инновационные технологии помогают создать персонализированные и удобные услуги для гостей отелей. Например, использование мобильных приложений для регистрации заезда/выезда, заказа дополнительных услуг, доступа к информации о городе и т.д., способствует более комфортному пребыванию гостей.

2. Оптимизация операционных процессов. Инновационные технологии позволяют автоматизировать и упростить многие операции в отелях, такие как управление бронированиями, инвентаризация, управление персоналом, аналитика данных и другие процессы. Это помогает снизить издержки, повысить эффективность и качество обслуживания.

3. Повышение безопасности. Инновационные технологии, такие как системы видеонаблюдения, биометрическая идентификация, умные системы контроля доступа и другие, помогают обеспечить безопасность гостей и персонала отелей.

4. Улучшение маркетинга и продаж. Использование инновационных технологий в маркетинге и продажах позволяет отелям привлекать новых клиентов, улучшать коммуникацию с постоянными гостями, проводить таргетированную рекламу и анализировать данные для оптимизации стратегий продаж.

5. Экологическая устойчивость. Инновационные технологии могут помочь отелям снизить свой экологический след за счет энергоэффективных систем управления ресурсами, уменьшения отходов и внедрения зеленых практик.

Цели инновационных технологий в гостиничной индустрии направлены на улучшение качества обслуживания, повышение эффективности и конкурентоспособности отелей, а также на создание комфортного и безопасного пребывания для гостей.

Перспективы развития информационных технологий в гостиничной индустрии очень обширны и могут принести значительные выгоды как отельным компаниям, так и их гостям. Некоторые из ключевых направлений развития информационных технологий в гостиничной индустрии включают:

1. Использование больших данных (Big Data). Анализ больших объемов данных о поведении гостей, предпочтениях, пожеланиях и обратной связи позволяет отелям создавать персонализированные услуги, улучшать качество обслуживания и оптимизировать бизнес-процессы.

2. Интернет вещей (Internet of Things, IoT). Внедрение сенсоров и устройств, подключенных к интернету, в номерах и общественных зонах отеля позволяет автоматизировать процессы управления, повысить безопасность и комфорт гостей.

3. Искусственный интеллект (AI) и машинное обучение. Применение AI для автоматизации чат-ботов, персонализированных рекомендаций, анализа данных и прогнозирования спроса может значительно улучшить опыт гостей и эффективность бизнеса.

4. Виртуальная и дополненная реальность. Виртуальные туры по отелям, интерактивные карты, а также использование AR для улучшения навигации и информирования гостей о предложениях и мероприятиях.

5. Блокчейн технологии. Блокчейн может использоваться для обеспечения безопасности данных, управления лояльностью клиентов, упрощения процессов бронирования и расчетов.

Эти технологии имеют потенциал существенно изменить гостиничную индустрию, сделав ее более эффективной, инновационной и адаптированной к потребностям современных путешественников.

Хотя информационные технологии могут значительно улучшить процессы и услуги в гостиничной индустрии, существуют и некоторые

проблемы, связанные с их использованием. К таким проблемам на сегодняшний день можно отнести: кибербезопасность (утечка информации через сеть), интеграция различных систем (интеграция всех систем управления может быть сложной и требовать значительных затрат времени и ресурсов), обучение персонала (внедрение новых технологий требует обучения персонала), зависимость от технологий (в случае сбоя системы гостиница может столкнуться с проблемами в обслуживании гостей или управлении процессами). Эти проблемы могут затруднять успешную реализацию информационных технологий в гостиничной индустрии и требуют внимательного подхода к их решению.

В целом, информационные технологии в сфере гостеприимства имеют существенные перспективы для улучшения управления данной сферой. Благодаря им возрастает конкурентоспособность и повышается уровень обслуживания клиентов. Однако важно помнить о необходимости баланса между цифровыми инновациями и человеческим фактором, сохраняя взаимодействие и гостеприимство, которые являются ключевыми составляющими успешного гостиничного бизнеса.

СПИСОК ИСТОЧНИКОВ

1. Инновационные технологии в гостиничном бизнесе – [Электронный ресурс] – Режим доступа: <https://viafuture.ru/katalog-idej/innovatsii-v-gostinichnom-biznese> – Дата доступа: 01.03.2024

2. Инновации и технологии в гостиничном бизнесе в 2023 году – [Электронный ресурс] – Режим доступа <https://samstiray.ru/blog/article/innovacii-i-tehnologii-v-gostinichnom-biznese-2022/> – Дата доступа: 01.03.2024

К. А. ПАЛІВАЧ

Брэст, БрДУ імя А. С. Пушкіна

Навуковы кіраўнік – С. М. Такарчук, канд. геагр. навук, дацент

ИНВЕНТАРИЗАЦИЯ

КАШТОЎНАСЦЕЙ ГРОДНА З

ГІСТОРЫКА-КУЛЬТУРНЫХ

ВЫКАРЫСТАННЕМ ГІС-

ТЭХНАЛОГІЙ

Гісторыка-культурныя каштоўнасці – гэта матэрыяльныя аб'екты (матэрыяльныя гісторыка-культурныя каштоўнасці) і нематэрыяльныя праявы творчасці чалавека (нематэрыяльныя гісторыка-культурныя каштоўнасці), якія маюць выдатныя духоўныя, мастацкія і (або) дакументальныя вартасці і якім нададзены статус гісторыка-культурнай каштоўнасці.

У Рэспубліцы Беларусь статус гісторыка-культурнай каштоўнасці атрымліваюць аб'екты, у якіх спалучаюцца дзве асноўныя прыкметы: высокая культурная значнасць і юрыдычнае прызнанне.

Вылучаюцца наступныя віды матэрыяльных гісторыка-культурных каштоўнасцей: запаведныя месцы, помнікі археалогіі, помнікі архітэктуры, помнікі гісторыі, помнікі горадабудаўніцтва, помнікі мастацтва.

Таксама матэрыяльныя гісторыка-культурныя каштоўнасці падзяляюцца на катэгорыі па ступені значнасці:

0 – аб'екты, якія ўключаны або прапанаваны для ўключэння ў спіс Сусветнай спадчыны ЮНЕСКА;

1 – унікальныя аб'екты (мастацкія, эстэтычныя, дакументальныя і інш.), якія маюць міжнароднае значэнне;

2 – аб'екты, якія маюць рэспубліканскае значэнне і падкрэсліваюць найбольш характэрныя асаблівасці Беларусі;

3 – аб'екты, якія ўяўляюць значнасць для асобных рэгіёнаў краіны і падкрэсліваюць іх характэрныя асаблівасці, гістарычныя аспекты фарміравання і самабытнасць.

Гродна з'яўляецца адным з самых старых гарадоў Беларусі. Афіцыйнай датай заснавання горада лічыцца 1128 год, хаця ў асобных крыніцах указваецца, што ў летапісах Гародня згадвалася яшчэ ў 1005 г. У цяперашні час Гродна з'яўляецца абласным цэнтрам. Колькасць насельніцтва горада складае 373,5 тыс. чалавек.

У горадзе Гродна знаходзіцца 68 матэрыяльных нерухомых аб'ектаў (прыкладна 1,4% ад агульнай колькасці ў краіне), якія унесены ў Дзяржаўны спіс гісторыка-культурных каштоўнасцей Беларусі.

Пры вывучэнні гісторыка-культурных каштоўнасцей Гродна быў выкарыстаны сервіс Survey123 for ArcGIS. Гэта мабільнае прыкладанне, якое даступна для платформаў Windows, Android і iOS. Яго можна ўжываць, каб збіраць дадзеныя аб любых аб'ектах, запаўняючы формы на мабільным тэлефоне. На базе гэтага вэб-дадатку было створана апытанне для збору звестак аб гісторыка-культурных каштоўнасцях горада Гродна. Створанае інтэрактыўнае апытанне ўключала серыю атрыбутыўных палёў, якія характарызуюць гісторыка-культурныя каштоўнасці (катэгорыя, від і інш.), а таксама іх месцазнаходжанне.

Праграма Survey123 for ArcGIS прадстаўляе шырокія магчымасці аналізу асаблівасцей раздзялення гісторыка-культурных каштоўнасцей па катэгорыях і відах. Запоўненая база дадзеных дазваляе прадставіць вынікі ў розных відах: аб'екты слоў; столбчатай, лінейнай або кругавой дыяграмы; карты з легендай. Акрамя таго, да ўсіх тыпаў дадзеных можна падлучыць табліцу, дзякуючы якой можна ўбачыць статыстыку па выніках

інвентарызацыі, у прыватнасці, агульная колькасць супадаючых адказаў як у абсалютным стаўленні, так і ў адносным.

У табліцы 1 прадстаўлены вынікі размеркавання гісторыка-культурных каштоўнасцей Гродна па відах.

Табліца 1 – Колькасная характарыстыка гісторыка-культурных каштоўнасцей Гродна па відах

Індэкс	Від	Колькасць	Удзельная вага, %
Г	помнікі архітэктуры	53	77,9
Д	помнікі гісторыі	9	13,3
В	помнікі археалогіі	3	4,4
Ж	помнікі мастацтва	2	2,9
Е	помнікі горадабудаўніцтва	1	1,5
Агульная колькасць		68	100

Характарыстыка гісторыка-культурных каштоўнасцей па відах помнікаў паказвае, што найбольшая колькасць адносіцца да архітэктурных помнікаў – 53 аб'екта (77%). Наступным па колькасці з'яўляюцца помнікі гісторыі – 9 аб'ектаў (13%). Малая колькасць помнікаў археалогіі – 3 помніка (4,4%), помнікаў мастацтва толькі 2 (2,9%) і усяго адзін помнік горадабудаўніцтва.

У табліцы 2 прадстаўлены вынікі размеркавання гісторыка-культурных каштоўнасцей Гродна па катэгорыях.

Табліца 2 – Колькасная характарыстыка гісторыка-культурных каштоўнасцей Гродна па катэгорыях

Катэгорыя	Колькасць	Удзельная вага, %
«0»	1	1,5
«1»	3	4,4
«2»	34	50
«3»	30	44,1
Агульная колькасць	68	100

Для горада Гродна характэрна найбольшая колькасць гісторыка-культурных каштоўнасцей адносіцца да "2" катэгорыі – 34 аб'екта (50%), таксама вялікая колькасць аб'ектаў "3" катэгорыі – 30 аб'ектаў (44,1%). Да "1" і "0" катэгорый характэрна найменшая колькасць аб'ектаў – 1 (1,5%) і 3 аб'екты (4,4%) адпаведна.

Згодна з воблакам слоў, якое было сфарміравана пры запаўненні поля "Назва" (малюнак) найбольш распаўсюджанымі словамі ў назвах гісторыка-культурных каштоўнасцяў Гродна з'яўляюцца «былы» (38 аб'ектаў),

неиспользуемым в туристических целях. Сам город славится в Беларуси как центр с богатой историко-культурной базой. Этому способствуют находящиеся здесь – Брестская крепость-герой, Свято-Николаевская братская церковь, Свято-Симеоновский кафедральный собор, Крестовоздвиженский костёл и кварталы исторической застройки конца XIX-XX вв. Значительный интерес представляют собой руины монастыря бернардинок, коллегиума иезуитов и Петропавловской базилианской церкви.

К неиспользуемым в туристическом плане объектам относятся особо охраняемые природные территории (ООПТ). По всему городу можно обнаружить памятник природы республиканского значения (Ели обыкновенные змеевидной формы «Брестские»), четыре ботанических памятника природы местного значения (Бук лесной, Вишня птичья, Дуб черешчатый, Плющ обыкновенный), один гидрологический памятник природы местного значения (Брестская родниковая струга), один геологический памятник природы местного значения (Торфяник «Дубровка»), а также 3 заказника местного значения – Бугский, Брестский, Барбастелла. Помимо этого, Брест обладает высоким процентом озеленённости – во всех микрорайонах города размещается множество зелёных территорий (парки, сады, лесопарки, дендрарии, зелёные бульвары и проспекты).

Город располагается на пересечении двух крупных рек – Мухавец и Западный Буг, слияние которых формирует особую приречную экосистему, изменяет привычную среду обитания, является объектом притяжения и дает предпосылки для изменения растительного и животного разнообразия. Также город обладает высоким процентом озелененности. Перечисленные факторы создают уникальные условия для развития зеленого туризма, включая фотобердинг (соревнования по фотографированию птиц) и бердвотчинг (непосредственное наблюдение за птицами). Последнее уже активно развивается посредством проведения экскурсия вдоль экотропы.

Главной особенностью с точки зрения устойчивой мобильности является тот факт, что в последние десятилетие в г. Бресте отмечается развитие велодвижения, многие пересаживаются с автомобилей на велосипед, а сам город стали называть «велосипедной столицей Беларуси». Вследствие этого число велосипедистов на улицах города значительно увеличивается, что ведёт к улучшению экологической обстановки и повышению здоровья среди населения.

Все вышеуказанное позволяет городу Бресту активно развивать зеленый туризм, который в современный период используется крайне редко. Для реализации природного туристического потенциала Бреста разработан проект «GREEN LINE BREST», который представляет

собой информационную платформу, основой которой выступают туристические маршруты, объединяющие историко-культурные, природные и антропогенные объекты (Рисунок 1). При этом маршруты различаются по способу прохождения (пешеходные и велосипедные), уровню подготовки туристов, протяженности и целям путешествий.

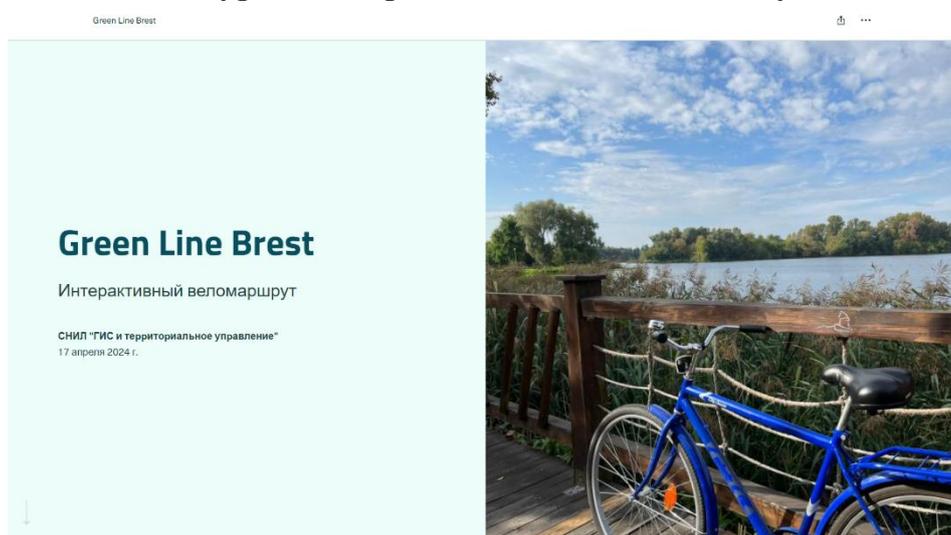


Рисунок 1 – Титульная страница

В настоящее время природные объекты, находящиеся в центральной части города Бреста, можно соединить в несколько увлекательных пешеходных маршрутов, или, дополнить данными объектами уже имеющиеся маршруты по центральной части города. При этом подобные маршруты будут иметь протяженность приблизительно 7 км и будут подходить для неподготовленных в физическом плане туристов.

В связи с тем, что большинство редких природных объектов находится на большом удалении от центра города, их посещение может осуществляться в виде велопрогулок различной длительности (Рисунок 2).

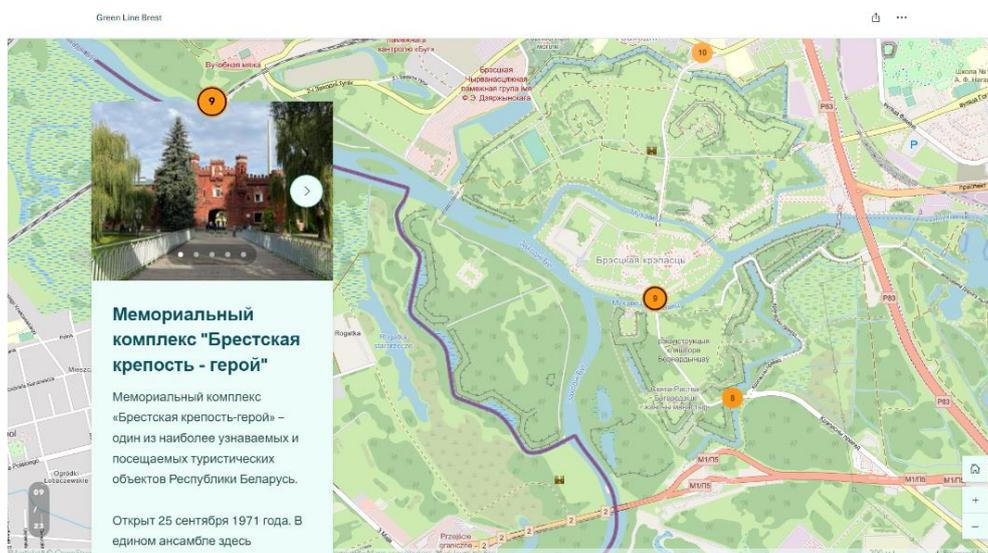


Рисунок 2 –Интерактивный веломаршрут

Эффективная реализация проекта принесет пользу городу, туристам, местным сообществам и бизнесу. Город приобретает имидж зеленого и экологически благоприятного места, а туристы получают дополнительные возможности для отдыха и развлечений.

Продвижение данных маршрутов возможно осуществить посредством распространения в социальные сети с использованием специальных хештегов, через местные и зарубежные средства массовой информации, взаимодействие со школами и университетами города Бреста. Очевидными преимуществами проекта являются небольшой объем стартовых инвестиций, наличие нескольких апробированных маршрутов, отсутствие затрат на создание новых туристических объектов.

З. И. ХРИПУНОВА

Брест, БрГУ им. А.С. Пушкина

Научный руководитель – С.М. Токарчук, канд. геогр. наук, доцент

ИЗУЧЕНИЕ АССОРТИМЕНТА И ЦЕНОВОГО ДИАПАЗОНА СЕТИ ПИЦЦЕРИЙ С ИСПОЛЬЗОВАНИЕМ ГИС-ТЕХНОЛОГИЙ (НА ПРИМЕРЕ ЦЕНТРАЛЬНОЙ ЧАСТИ ГОРОДА БРЕСТА)

Заведения общественного питания всегда будут являться актуальным направлением научных исследований в связи с их привлекательностью и востребованностью среди всех групп населения. Такая общественная заинтересованность напрямую связана с основной функцией данного вида заведений, состоящей в удовлетворении естественной человеческой потребности – получение пищи. Наибольший интерес при этом для большинства населения будет состоять в изучении предлагаемого ассортимента, а также ценового диапазона выбранных заведений общественного питания.

Одной из разновидностей заведений общественного питания являются пиццерии. Параллельно с этим данный тип заведений считается одним из самых востребованных и популярных в мире. Тем не менее, список научных исследований, посвящённых изучению деятельности пиццерий достаточно малочислен. Данный факт послужил основной причиной выполнения данного исследования.

На первом этапе исследования была выполнена инвентаризация пиццерий центральной части города Бреста с использованием программы для сбора полевых данных Survey 123. На основании анализа особенностей данного типа объектов общественного питания и их основных характеристик была составлена анкета-опросник, которая заполнялась непосредственно в каждой пиццерии.

Таким образом, в пределах изучаемой территории были выявлены 14 пиццерий, которые стали объектами исследования. При выполнении исследования для каждой пиццерии в базу данных были собраны разные по типу сведения, в том числе об особенностях ассортимента и ценовом диапазоне на наиболее популярные виды продукции.

В частности, в картографическую базу данных были внесены следующие характеристики:

- 1) общее количество видов пицц,
- 2) наличие в меню дополнительных позиций,
- 3) максимальный и минимальный диаметра пиццы,
- 4) цены на отдельные (наиболее популярные) разновидности пиццы.

Второй этап исследования включал составление, на основе полученных картографической базы данных, веб-карт и графических материалов, а также их анализ.

Среднее количество видов пицц в меню пиццерий центральной части города Бреста составило 28,6. Максимальное встретившееся в ходе исследования число разновидностей – 42; минимальное – 13. Классификация заведений по количеству видов пицц в меню представлена на картосхеме (рисунок 1).

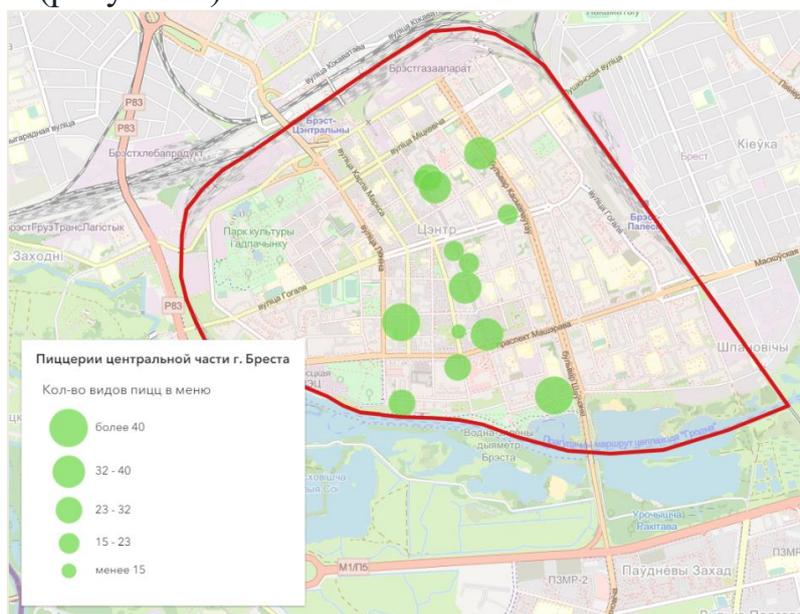


Рисунок 1 – Количество видов пицц в меню

Стоит отметить, что в меню всех пиццерий имеются какие-либо дополнительные позиции. Распространённость тех или иных дополнительных позиций в меню пиццерий центральной части города Бреста отображена на графике (рисунок 2).

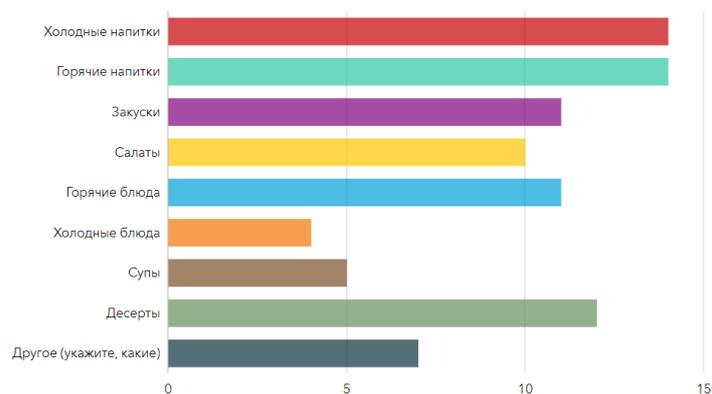


Рисунок 2 – Дополнительные позиции в меню

В частности, к ним относятся: горячие и холодные напитки, закуски, салаты, горячие и холодные блюда, супы, десерты, а также некоторые другие позиции (например, соусы, гарниры, фрукты, хлебные корзинки и другое). Таким образом, в 100% заведений продаются горячие и холодные напитки. В меню 12 пиццерий (85,7%) имеются десерты, а в 11 меню (78,6%) также представлены закуски и горячие блюда. Кроме того, часто встречаются салаты (71,4% случаев). Наиболее редко встречающейся категорией являются холодные блюда – 4 случая из 14, или 28,6%.

Дополнительно изучались минимальный и максимальный диаметры пицц в заведениях. В двух заведениях минимальный диаметр пиццы составил менее 20 см; также в двух заведениях максимальный диаметр превышал 50 см. В основном (71,4% случаев) минимальный диаметр пиццы варьируется от 26 до 35 см, максимальный (в 35,7% случаев) – от 25 до 30 см. При анализе полученных данных стоит понимать, что такая статистика получилась в связи с тем, что часть пиццерий (28,6%) изготавливает все виды пицц только в одном диаметре.

Для сравнения цен в рассматриваемых нами заведениях общественного питания были выбраны самые распространённые разновидности пиццы – «Маргарита» и «Пепперони» (впоследствии выяснилось, что пицца «Пепперони» во некоторых заведениях не изготавливается) весом 750 г.

Средняя цена за 750 г пиццы Маргарита составила 24,22 рубля. Наибольшая цена – 35,13 руб., наименьшая – 18,39 руб. Средняя цена за 750 г пиццы Пепперони составила 28,19 руб. Максимальное значение – 33 руб., минимальное – 22,02 руб.

Результаты исследования ценового диапазона выбранных пиццерий отображены на картах (рисунок 3).



Рисунок 3 – Цена за 750 г пиццы (BYN)

Е. А. ЦИБУЛЬСКИЙ

Брест, БрГУ им. А.С. Пушкина

Научный руководитель – С.М. Токарчук, канд. геогр. наук, доцент

ИНФОРМАЦИОННЫЕ ТЕХНОЛОГИИ В РАЗВИТИИ ПЕЧАТНОЙ ПРОДУКЦИИ РЕГИОНАЛЬНОГО ТУРИЗМА (НА ПРИМЕРЕ ГОРОДА ЖАБИНКА)

Развитие информационных технологий играет важную роль в продвижении и развитии печатной продукции в сфере регионального туризма. Они позволяют создавать интерактивные и многомедийные рекламные материалы, включая брошюры, путеводители, каталоги, открытки. Также информационные технологии помогают оптимизировать процессы производства и распространения такой продукции, улучшают её качество и доступность для потенциальных туристов. Кроме того, различные онлайн-платформы и социальные сети способствуют более широкому распространению информации о местных достопримечательностях и услугах, что важно для привлечения туристов.

Для развития регионального туризма на локальных территориях можно использовать различные типы и виды художественно-иллюстративных материалов.

Буклеты. Буклет – это печатное листовое издание, чаще всего оно представляет собой неразрезную тетрадь, которая выполнена на одном листе, сложенном параллельными сгибами в несколько страниц таким образом, что текст может читаться без разрезки, раскрываясь, как ширма или гармошка. Для развития регионального туризма в городе Жабинка было разработано несколько вариантов различных буклетов. Такой подход

увеличивает заинтересованность потенциальных туристов в изучении материалов буклета. Также следует отметить, что все созданные буклеты включали не только иллюстрации и текст, но и QR-коды, которые позволяют перейти либо на какие-то ГИС-проекты, либо на страницы разработчиков в социальных сетях.

Брошюра – это печатное издание чаще всего небольшого объёма (на практике чаще всего брошюра должна содержать от 5 до 48 страниц). Она является одним из самых популярных средств продвижения продукции с использованием массовой печати.

Туристические брошюры – это весьма распространенные, но не дешевые печатные материалы. Подготовка брошюры требует длительного времени, большого количества внимания и чаще всего работы не одного человека, а небольшой группы, где каждый может отвечать за отдельный блок (написание текста, подготовку фотографий или других иллюстраций, разработка дизайна и др.). Использование брошюр дает для продвижения туристической деятельности определенные преимущества. В первую очередь, с их помощью очень легко рекламировать места поездок и экскурсионные маршруты, т.к. подобного рода материалы позволяют легко увидеть и представить особенности поездки и даже впечатления, которые могут быть получены.

Брошюры включают авторский текст, фотографии, карты и картосхемы (рисунок 1). Следует отметить, что в них также могут быть включены QR-коды, которые либо позволяют перейти на созданные картографические ГИС-каталоги, экскурсии и другие веб-материалы, либо на страницы (сайты) организаций, про которые идет речь в брошюрах.

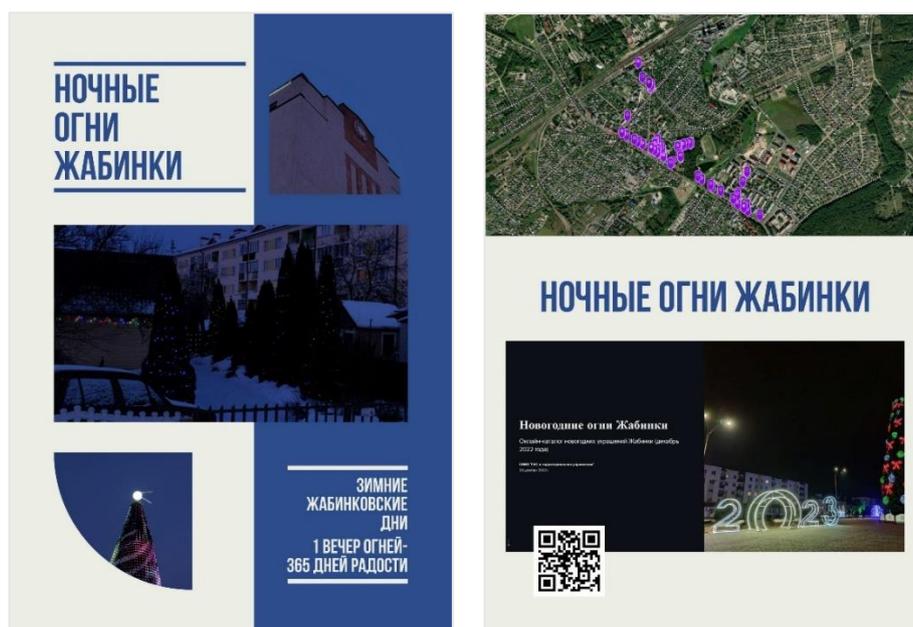


Рисунок 1 – Брошюра «Ночные огни Жабинки»»

При разработке брошюр использовался принцип «ВИЖД».

«Внимание» - необходимо привлечь внимание потенциального потребителя услуги, в первую очередь, чтобы он взял брошюру в руки, а затем начал ее листать. Также необходимо побудить читателя пролистать ее до конца. QR-коды позволяют перейти с печатного издания в онлайн и продолжить уже там, непосредственно без брошюры, изучать ее страницы.

«Интерес» – брошюра должна выглядеть так, чтобы заинтересовать туриста. Тут учитываются не только цветовые и дизайнерские решения, но и качество бумаги и печати.

«Желание» – брошюра должна демонстрировать преимущества выбранной формы туризма и убедить пользователя согласиться, что предлагаемый продукт уникален.

«Действие» - задача брошюры побудить предпринять действия и сделать заказ или приобрести тур.

Открытки – это особый вид почтовой карточки для открытого письма (без конверта). На лицевой стороне открытки обычно размещается полноформатное (занимающее всю площадь) изображение, а на обратной стороне – форма для написания сообщения и адресов получателя и отправителя, а также почтовая марка. Марка может печататься вместе с открыткой, а также быть авторской, что позволяет увеличить привлекательность данного печатного продукта. Открытки бывают и не почтовыми. Такие открытки (или наборы открыток) можно создавать для популяризации каких-либо мест, мероприятий и т.д.

Открытки бывают разных видов. Для развития регионального туризма лучше всего использовать все разнообразие данного типа материалов.

Например, видовые открытки. Это открытки, которые представляют собой источник информации из различных городов, территорий и т.д. Например, серия открыток с уникальными архитектурными или природными объектами города. Также можно создавать открытки для «обычных» для местных жителей мест, но с интересными фактами. Это позволит увидеть потенциальные туристические объекты города, мимо которых многие люди проходят каждый день и не знают об их уникальности. Историко-событийные открытки, например, открытки со старыми фотографиями туристических объектов, или сочетающие старые и новые фотографии. Открытки-репродукции, которые могут отображать уже не существующие объекты.

Художественные открытки, которые включают иллюстрации. Для развития туризма в городе Жабинка были созданы открытки, иллюстрирующие легенды происхождения названия. Лицевая сторона показывает иллюстрацию легенды, на оборотной имеется краткий пояснительный текст (рисунок 2). На оборотной стороне можно размещать

иллюстрации, например, повторять лицевую, добавлять стилизованную карту города, вставлять символы города. Можно создать авторскую марку.



Рисунок 2 – Открытка «Серия «Легенды города»

С. Н. ЯНЧУК

Брест, БрГУ имени А.С. Пушкина

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

ИНФОРМАЦИОННЫЕ ТЕХНОЛОГИИ В ТУРИЗМЕ: ПРАКТИКА И ОПЫТ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ

Информационные технологии играют все более значимую роль в различных сферах нашей жизни, включая туризм. С появлением новых цифровых инструментов и онлайн-платформ, туристическая индустрия стала активно использовать технологии для улучшения обслуживания, коммуникации с клиентами, продвижения и маркетинга.

Во всем мире информационные технологии играют все более важную роль в развитии туризма. Они помогают туристам планировать свои поездки, бронировать отели, покупать билеты на транспорт, искать информацию о достопримечательностях и местных мероприятиях. Онлайн-платформы, такие как *Booking.com*, *Airbnb*, *Expedia* и *TripAdvisor*, предоставляют туристам возможность выбирать и бронировать различные виды размещения по всему миру. Также существуют специализированные приложения для поиска дешевых авиабилетов, аренды автомобилей и других услуг [1].

Существуют приложения (как *TripAdvisor* и *Yelp*, например), которые предоставляют информацию об отзывах о гостиницах и их рейтингах, о ресторанах и различных достопримечательностях, помогая туристам выбирать лучшие места для посещения. Для создания интерактивных туристических экскурсий широко используется виртуальная реальность. Технологии *AR* и *VR* позволяют туристам погрузиться в уникальный опыт

путешествия, посещая виртуальные музеи, достопримечательности и другие места прямо из дома. Также стоит отметить использование информационных технологий для управления туристическими потоками и обеспечения безопасности. Например, системы умного города используются для контроля туристических потоков, оптимизации инфраструктуры и обеспечения безопасности посетителей [2].

Технологии распознавания лиц и голосовых команд также используются для улучшения сервиса в отелях, аэропортах и других местах, где туристы могут остановиться. Они позволяют ускорить процессы регистрации, упростить коммуникацию с персоналом и повысить уровень обслуживания.

Благодаря информационным технологиям туризм становится более доступным для людей с ограниченными возможностями, так как они могут получить доступ к специальным приложениям и сервисам, которые облегчают им путешествия.

С цифровизацией, происходящей благодаря слиянию передовых технологий и расширению международных социально-экономических связей, традиционные социальные и экономические системы претерпевают трансформацию. Ее внедрение стимулирует инновации, повышает экономическую и экологическую эффективность, а также увеличивает производительность, включая сферу глобализованного туризма. Например, исследования опыта Австралии показывают, что использование цифровых инструментов может обеспечить средним предприятиям с небольшим числом сотрудников (до 19 человек) экономию до 10 часов еженедельно и увеличить доходы на 27% [3].

Использование информационных технологий в сфере туризма на современном этапе характеризуется фрагментированностью и неоднородностью, охватывая различные отрасли (гостиничный сектор, транспорт, экскурсии, рекреация и т. д.). В то же время, в этом секторе преобладает многочисленная группа малых и средних предприятий (МСП/микропредприятий), которые составляют около 85% всех предприятий в туризме в странах ОЭСР (например, услуги размещения и питания, туристические агентства, туроператоры), формируя большую часть экономики в целом. В результате этот сектор становится информационно насыщенным, поскольку множество туристических услуг требуют использования информационных технологий.

Цифровая экономика изменяет взаимодействие с туристами и маркетинг туристических услуг, открывая новые и творческие способы их предоставления и повышения качества обслуживания. Это влияет на организацию работы и предоставления услуг, а также предоставляет возможности использовать цифровые достижения в области обработки

транзакций, сбора и анализа информации и данных о туристическом спросе и предложении, а также улучшение операций в цепочках создания стоимости туризма. По оценкам Всемирного экономического форума, в течение десятилетия до 2025 года цифровизация создаст дополнительную стоимость до 305 млрд долларов только для туристического сектора, повысив его прибыльность. В то же время, около 100 млрд долларов стоимости, созданной в секторе, перейдет от традиционных игроков к новым цифровым конкурентам с инновационными бизнес-моделями и возможностями создания стоимости [4].

Особенно важное влияние на туристическую деятельность оказывают технологические факторы:

1. Увеличение доли электронного маркетинга с помощью информационных технологий.

2. Использование современных CRM-программ с помощью информационных технологий.

3. Усовершенствование обслуживания с помощью информационных технологий.

4. Повышение информированности клиентов через использование информационных технологий.

5. Возможность онлайн-бронирования и покупки с помощью информационных технологий.

6. Разнообразие приложений для самостоятельных туристов с помощью информационных технологий.

7. Виртуальный туризм. Суммарный показатель средних взвешенных значений технологических факторов превышает остальные.

Информационные технологии играют все более важную роль в развитии туристической индустрии, обеспечивая удобство, доступность и персонализацию услуг для путешественников.

Практика использования цифровых решений в туризме показывает, что компании, активно внедряющие технологии, имеют конкурентное преимущество и способны лучше удовлетворить потребности своих клиентов.

Опыт успешных проектов подтверждает, что инновационные решения, такие как мобильные приложения, онлайн-бронирование и виртуальные туры, способствуют улучшению качества обслуживания и повышению эффективности бизнеса. Вместе с тем, внедрение информационных технологий в туризм также сталкивается с вызовами, такими как безопасность данных и конкуренция на рынке. В будущем развитие IT-технологий в туризме будет продолжать играть ключевую роль в создании инновационных и персонализированных решений для путешественников по всему миру.

СПИСОК ИСТОЧНИКОВ

1. Горбылева, З.М. Инновационная компонента в развитии международного туризма Республики Беларусь / З.М. Горбылева, И.А. Шамардина // Новая экономика. 2022. – № 2 (80). – С. 197–200.

2. Мартинкевич, К.В. Проблемы и перспективы использования виртуальных технологий в сфере туризма в условиях современности / К.В. Мартинкевич // 78-я научная конференция студентов и аспирантов Белорусского государственного университета. материалы конференции. В 3 ч. – Минск, 2021. – С. 610.

3. Иванова, О.Н. Информационные технологии в туризме: анализ и прогнозирование / О.Н. Иванова, А.С. Петров. – М.: Юрайт, 2021. – 200 с.

4. Кузнецов, А.И. Информационные технологии в туризме: учебник / А.И. Кузнецов. – М.: КНОРУС, 2017. – 352 с.