

4. Культурный кластер [Электронный ресурс]: портал города Кемерово. – Обновляется в течение суток. – URL: <https://o-keмеровo.ru/культурный-кластер> (дата обращения: 10.10.2020).
5. Концепция Сибирского кластера искусств [Электронный ресурс]: [портал] / Министерство культуры и национальной политики Кузбасса. – URL: <http://mincult-kuzbass.ru/kultura-i-iskusstvo/sibirskiy-klaster-iskusstv> (дата обращения: 11.10.2020).
6. Мякотин М. П. Повышение конкурентоспособности посредством инноваций // Молодой ученый. – 2018. – № 39 (225). – С. 89–91.
7. О национальных целях и стратегических задачах развития Российской Федерации на период до 2024 года [Электронный ресурс]: утв. Указом Президента РФ 7 мая 2018 года № 204 // Государственная система правовой информации: официальный интернет-портал правовой информации. – М., 2020. – URL: http://mincult-kuzbass.ru/docs/07.05.018_N204.pdf (дата обращения: 11.10.2020).
8. Рудская Е. Н. Клиентский опыт как инструмент конкурентоспособности коммерческих банков / Е. Н. Рудская, Г. А. Болохова // Молодой ученый. – 2016. – № 11. – С. 937–948.

Андреева Е. А., студент

*Барма О. А., магистр педагогических наук,
старший преподаватель*

Белорусский государственный университет культуры и искусств

ВЕБ-САЙТЫ ОРГАНОВ ГОСУДАРСТВЕННОГО УПРАВЛЕНИЯ В СФЕРЕ ТУРИЗМА КАК ИСТОЧНИК ОФИЦИАЛЬНОЙ ИНФОРМАЦИИ

WEBSITES OF GOVERNMENT MANAGEMENT IN TOURISM AS A SOURCE OF OFFICIAL INFORMATION

Аннотация: В статье акцентируется внимание на использовании информационного контента, размещенного на официальных сайтах органов государственного управления сферы туризма для организации туристических путешествий резидентов Республики Беларусь и иностранных граждан.

Ключевые слова: туризм, информационное сопровождение туризма, веб-сайты органов государственного управления, информационный контент веб-сайтов, Республика Беларусь.

Abstract: The article focuses on the use of information content posted on the official websites of government agencies in the tourism sphere for organizing tourist trips for residents of the Republic of Belarus and foreign citizens.

Keywords: tourism, information support of tourism, websites of government bodies, information content of websites, the Republic of Belarus.

Большое значение для развития туризма как отрасли народного хозяйства Республики Беларусь играет его информационное сопровождение со стороны органов государственного управления, осуществляющих организационно-административную функцию по отношению к субъектам туристической индустрии. С развитием информационно-коммуникационных технологий, интернет-технологий процесс информационного сопровождения туризма перешел на новый уровень и сформировался в отдельную маркетинговую технологию. Размещение сервисной информации о туристическом продукте и/или услуге на ведомственном и/или специализированном веб-сайте с подробным описанием условий ее предоставления потребителю оказывает существенное воздействие на поведение туристов, побуждает их к покупке тура, совершению поездки. Необходимо отметить, что информационное сопровождение не сводится только к предоставлению информации о самом туристическом продукте и/или услуге. Наряду с вышеуказанным, предоставляются общие сведения о туристическом потенциале страны (или отдельного региона), правилах въезда и пребывания, дополнительных услугах, которыми могут воспользоваться туристы в рамках тура (питание, активный отдых, шопинг и т. д.). Важную роль играет и сам информационный контент, создаваемый и транслируемый в интернет-пространстве с использованием различных технологий визуализации (использование аудио-, видео-, фотоматериалов). По оценке М. А. Жулина, Е. В. Кедрова, В. М. Кицис, «визуализация информации является одной из наиболее очевидных тенденций маркетинга сферы услуг. Это связано с одной из специфических характеристик услуги – неосвязаемостью, то есть невозможностью ощутить услугу до момента потребления <...> Для туристических дестинаций данная характеристика услуги имеет огромное значение, поскольку потребителя и услугу разделяет расстояние, зачастую значи-

тельное, что усугубляет склонность клиентов опасаться покупки некачественной услуги. Одной из возможностей сократить неопределенность, порожденную неосязаемостью услуг, является визуализация, которая позволяет наглядно представить услугу и дополнить текстовое или словесное описание» [6].

С учетом реализации государственной политики в области туризма, приоритеты которой заявлены в Государственной программе «Беларусь гостеприимная» на 2021–2025 годы [3]; либерализации визового режима (Указ Президента Республики Беларусь № 300 «Об установлении безвизового порядка въезда и выезда иностранных граждан» от 7 августа 2019 года) [1]; развития системы «TaxFree»; применения маркетинговых технологий для продвижения туристических товаров и услуг (проведение специализированных мероприятий: конференций, выставок, распространение специализированного медиаконтента) увеличивается актуальность рассматриваемой нами темы и ее значимость для развития экономического потенциала туризма как отрасли народного хозяйства, сферы экономических отношений.

Необходимость создания и представления высококачественного информационного контента, позволяющая резидентам Республики Беларусь и иностранным гражданам получать полную и достоверную информацию о туристическом потенциале страны, деятельности субъектов туристической отрасли и на этой основе принимать решения о совершении поездки, получила свое освещение в законе Республике Беларусь «О туризме» и в Государственной программе «Беларусь гостеприимная» на 2021–2025 годы [2].

В рамках нашего исследования интерес представляет информационный контент, представленный на официальных веб-сайтах органов государственного управления Республики Беларусь: Министерстве спорта и туризма Республики Беларусь [5], официальном портале Национального агентства по туризму (BELARUSTOURISM.BY) [7] и сайте «BELARUS. TRAVEL» Национального агентства по туризму [4].

Информационный контент, представленный на сайтах рассматриваемых нами органов государственного управления сферы туризма, соответствует требованиям, предъявляемым не только потребителями, но и законодательством страны: достоверность, полнота, актуальность представленных сведений и данных.

Министерство спорта и туризма Республики Беларусь – республиканский орган государственного управления, основными задачами которого, соответствующими теме нашего исследования, являются: пропаганда физической культуры, спорта и туризма, здорового образа жизни посредством выпуска популярных печатных изданий, методических разработок, наглядных пособий и материалов, рекламных видеороликов, изданий, плакатов и стендов; участие в формировании и реализации государственной политики в части создания материальной базы физической культуры, спорта и туризма [5].

Главная цель сайта – освещение профессиональной деятельности Министерства и ему подведомственных учреждений путем размещения справочной, правовой, статистической, контактной, а также новостной информации. Основной контент сайта представлен на русском, белорусском, английском языках.

Весь информационный контент сгруппирован в трех разделах – «Беларусь спортивная», «Беларусь туристическая», «Беларусь активная».

В разделе «Беларусь туристическая» распределено 3 блока: «О Беларуси», «Информация для туристов», «Виды туризма».

В блоке «О Беларуси» отражена информация о географическом месторасположении страны, ее климате, существующем административном делении и государственной символике. Отдельно представлен раздел о персонах, внесших значительный вклад в развитие Беларуси. Разделы блока: «Географическое положение», «Климат», «Административное деление», «Государственное устройство, общая характеристика», «Государственные символы Республики Беларусь», «Государственные праздники Республики Беларусь», «Население, общая характеристика», «Религии», «Знаменитые люди».

Блок «Информация для туристов» содержит сведения, позволяющие реальным/потенциальным туристам планировать посещение Беларуси с учетом правил пересечения государственной границы, а также выстраивать маршрут тура с учетом ресурсного потенциала страны или отдельного региона. Разделы блока: «Таможенные правила», «Оформление визы», «Валюта», «Как добраться», «Архитектурные объекты», «Музеи», «Памятка для выезжающих за рубеж». Последний раздел предоставляет информацию о необходимости соблюдения правил личной гигиены и правил поведения в странах, выбранных туристами для посещения.

Третий блок – «Виды туризма» – отражает информацию о туристических объектах, которые могут быть использованы для разработки групповых и/или индивидуальных туров. Разделы «Экологический туризм», «Религиозный туризм», «Агротуризм», «Военно-исторический туризм», «Деловой туризм», «Лечебно-оздоровительный туризм» отражают информацию об объектах туристической дестинации в соответствии с конкретным видом туризма.

Отдельно необходимо отметить разработанность интерфейса сайта, привлекательный web-дизайн с элементами интерактивной визуализации, что позволяет быстро найти интересующую пользователя информацию.

Официальный портал Национального агентства по туризму – BELARUSTOURISM.BY [7] генерируется государственным учреждением «Национальное агентство по туризму», подчиненным Министерству спорта и туризма Республики Беларусь.

Национальное агентство по туризму, цель которого – развитие сферы туризма в Республике Беларусь и участие в реализации государственной политики в туристической отрасли, было создано в 2001 году. Основные задачи агентства, соответствующие теме нашего исследования:

- пропаганда и продвижение услуг субъектов туристической индустрии Республики Беларусь на внешнем и внутреннем туристических рынках. Ведение сайтов о туризме belarustourism.by и belarus.travel в сети Интернет;
- организация и участие в работе международных туристических выставок на территории Беларуси и за рубежом, а также национальных выставок Республики Беларусь;
- обеспечение доступности информации о туристическом потенциале Республики Беларусь, в том числе подготовка, издание, тиражирование и распространение соответствующих рекламно-информационных материалов. Издание буклетов и брошюр о туризме, подготовка и распространение видеороликов и видеофильмов о туризме. Работа со средствами массовой информации, в том числе зарубежными, содействие им в освещении вопросов развития туризма в Беларуси;
- содействие повышению качества услуг субъектов туристической индустрии Республики Беларусь. Организация и проведение обучающих и рекламно-информационных мероприятий, презентаций туристического потенциала Республики Беларусь, конкурсов, других мероприятий в сфере туризма и участие в них [7].

Информационный контент веб-сайта представлен на английском, русском и белорусском языках. В будущем агентство планирует расширить языковые версии сайта, что позволит привлечь внимание туристов, резидентов стран Азии и Африки.

Весь контент сайта разделен по разделам:

- об агентстве (отражает правовую информацию о деятельности агентства, ее задачах, а также контактные данные специалистов);
- новости (содержит актуальную информацию о событиях в сфере туризма);
- блог (раздел, контент которого отражает информацию о туристическом потенциале Республики Беларусь, мероприятиях, доступных для посещения, в том числе и иностранным гражданам. Посты содержат текстовую информацию, иллюстративный и/или мультимедийный материал);
- услуги – информация об услугах, предоставляемых агентством (рекламные услуги, услуги в области издательской деятельности, сертификации, обучения и т. д.);
- важные документы (представлена нормативно-правовая документация в сфере туризма);
- профессионалам (размещена информация, представляющая интерес для субъектов туристического бизнеса);
- контакты (представлен юридический адрес и время работы Национального агентства, представлена форма обратной связи).

На главной странице веб-сайта указаны ссылки на персональные группы агентства в социальных сетях – Instagram, Telegram, Facebook, YouTube.

Еще одним информационным ресурсом «Национального агентства по туризму» является веб-сайт «*BELARUS.TRAVEL*» [4], созданный в 2016 году. Его интерфейс выполнен в оригинальном дизайнерском стиле и имеет удобную навигацию, интуитивную систему поиска.

Основная цель сайта – реализация государственной политики в сфере туризма, продвижение туристического потенциала Беларуси на мировом туристическом рынке. В целевую аудиторию входят люди, ориентированные на нестандартные форматы отдыха и путешествий.

Главная задача сайта – заинтересовать туриста, познакомить его с культурно-историческим наследием Республики Беларусь.

Благодаря данному ресурсу, туристы могут спланировать маршрут своего путешествия на основе своих «вкусовых предпочтений», познакомиться с историко-культурным наследием страны, скачать и распечатать брошюры, карты и многое другое.

Структура сайта разделена на три блока: «Едем в Беларусь», «Места и события», «Обзоры и маршруты». В свою очередь блоки делятся на разделы.

Едем в Беларусь – блок содержит информацию, позволяющую туристам сориентироваться в географическом месторасположении страны, в визовой политике, а также изучить имеющиеся туристические дестинации, транспортную инфраструктуру. Разделы блока – «Регионы Беларуси», «Как добраться», «Какие нужны документы», «Где остановиться», «Перемещение по стране».

Места и события – туристам предлагается выбрать интересующий их вид туризма. Названия разделов соответствуют определенному виду туризма: «Гастрономический туризм», «Экологический туризм», «Культурно-познавательный туризм», «Спортивный туризм», «Оздоровительный туризм», «Промышленный туризм». В разделе «Событие» можно спланировать поездку на мероприятие, выбрав актуальные для туриста категории в полях «Интересы» и «Дата».

Обзоры и маршруты – содержит актуальную информацию, позволяющую туристу «заочно» познакомиться с историко-культурным наследием Республики Беларусь. Основные разделы – «Статьи», «Обзоры», «Маршруты», «Must-see». Раздел «Маршруты» содержит интерактивную карту регионов Беларуси. Выбрав интересующий регион, туристы перенаправляются на страницу, где подробно изложена информация о географическом расположении региона, наличии объектов историко-культурного наследия.

Принимая во внимание актуальность информационного контента, размещенного на рассматриваемых нами веб-сайтах, и возможность его использования в маркетинговой политике по позиционированию и продвижению туристического потенциала страны и субъектов туристической индустрии национального рынка товаров и услуг, на наш взгляд, необходимо:

1. Создать баннер данных веб-сайтов (или отдельных их разделов) и разместить их на республиканских (тематических) интернет-порталах, сайтах ведущих учреждений культуры, официальных интернет-ресурсах государственных органов власти (сайты областных исполнительных комитетов, районных исполнительных комитетов и т. д.).

2. Разместить информацию о контенте веб-сайтах на интернет-ресурсах туристических предприятий, субъектах туристической отрасли, реализующих свою деятельность в Республике Беларусь, странах Европейского союза, Азии.

3. Создать контент-теги, позволяющие роботам-поисковикам осуществлять поиск по запросам пользователей.

4. Разработать QR-коды (привязанные к веб-сайтам) и размещать их на рекламной продукции Министерства спорта и туризма Республики Беларусь.

Наиболее эффективным способом популяризации рассмотренных веб-сайтов будет создание виртуального путеводителя по их контенту и его размещение на сайте Министерства спорта и туризма Республики Беларусь, сайтах диппредставительств.

Таким образом, информационный контент веб-сайтов органов государственного управления сферы туризма может быть использован субъектами туристической индустрии для продвижения своих туристических продуктов и услуг потенциальными и реальными туристами для разработки туристических маршрутов и органами власти – для популяризации туристического потенциала страны в целом и отдельно взятого региона в частности.

Список литературы

1. Об установлении безвизового порядка въезда и выезда иностранных граждан [Электронный ресурс]: указ Президента Республики Беларусь № 300 от 7 августа 2019 года. – URL: <http://president.gov.by/uploads/documents/2019/300uk.pdf> (дата обращения: 08.05.2021).
2. О туризме [Электронный ресурс]: закон. Респ. Беларусь, 25 нояб. 1999 года, № 326-3 (с изм. и доп.) // КонсультантПлюс. Беларусь / ООО «ЮрСпектр», Нац. центр правовой информ. Респ. Беларусь. – Минск, 2021.
3. Беларусь гостеприимная: Государственная программа на 2021–2025 годы [Электронный ресурс]: постановление Совета Министров Респ. Беларусь, 29 янв. 2021 года № 58 // Мин-во спорта и туризма Респ. Беларусь: офиц. сайт. – URL: <https://www.mst.by/ru/programma-gazvitiya-turizma-ru> (дата обращения: 08.05.2021).
4. BELARUS. TRAVEL: афіцыйны турыстычны партал Беларусі [Электронный ресурс]: офиц. сайт. – URL: <https://belarus.travel> (дата обращения: 08.05.2021).
5. Беларусь туристическая [Электронный ресурс] // Мин-во спорта и туризма Респ. Беларусь: офиц. сайт. – URL: <http://mst.by/ru/tourists-belarus-ru> (дата обращения: 08.05.2021).

6. Жулина М. А., Кедрова Е. В., Кицис В. М. Визуальный контент как основа продвижения туристской дестинации в социальных сетях [Электронный ресурс] // Географический вестник. – 2019. – № 1 (48). – URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/vizualnyy-kontent-kak-osnova-prodvizheniya-turistskoy-destinatsii-v-sotsialnyh-setyah> (дата обращения: 08.05.2021).
7. Национальное агентство по туризму [Электронный ресурс]: офиц. сайт. – URL: <https://www.belarustourism.by> (дата обращения: 08.05.2021).

Бобрик М. И., студент
Ушакова Е. О., кандидат экономических наук, доцент
Новосибирский государственный технический университет

ЭКОТУРИЗМ КАК ВЕДУЩИЙ ТРЕНД РАЗВИТИЯ РОССИЙСКОГО РЫНКА ТУРИНДУСТРИИ

ECOTOURISM AS A LEADING DEVELOPMENT TREND IN THE RUSSIAN TOURISM MARKET

Аннотация: В данной работе освещена значимость развития экоориентированных направлений для индустрии туризма в Российской Федерации путем позиционирования «зеленых» туров при реализации туристского потенциала в регионах. Приведены примеры экотуров, сформированных экотуристских кластеров и других проектов в «зеленом» туризме.

Ключевые слова: экотуризм, развитие внутреннего туризма, инфраструктура регионов, глэмпинг, туриндустрия России, экотуристские кластеры, природные ресурсы.

Annotation: This article describes the importance of developing eco-oriented destinations for the tourism industry in the Russian Federation by positioning “green” tours in the implementation of the tourism potential in the regions. Examples of eco-tours, eco-tourism clusters and other projects in green tourism are given.

Keywords: ecotourism, domestic tourism development, regional infrastructure, glamping, Russian tourism industry, ecotourism clusters, reserve, natural resources.