

ИННОВАЦИОННЫЕ ПОДХОДЫ К РАЗРАБОТКЕ И ПРОДВИЖЕНИЮ НАЦИОНАЛЬНОГО ТУРИСТИЧЕСКОГО ПРОДУКТА

Национальный туристический продукт — совокупность имеющихся природных, климатических, культурных и историко-архитектурных ресурсов, привлекаемых и используемых в туристической деятельности, туристической и сопутствующей инфраструктуры, а также деятельности туристских предприятий, выраженная в создании, продвижении и реализации конкретных туристических продуктов, направленных на привлечение туристов из других государств и мировых регионов. Согласно «Национальной стратегии развития туризма в Республике Беларусь до 2035 года» и исходя из имеющегося туристического потенциала, тенденций спроса, конкурентной среды, в Беларуси получили развитие как традиционные (культурно-познавательный, лечебно-оздоровительный, охотничий, религиозный, экологический, агроэкотуризм), так и более современные (активный, гастрономический, деловой, ностальгический, медицинский, образовательный, промышленный, событийный) виды туризма. Классификация видов туризма регулярно дополняется с учетом международного опыта и изменений потребительского спроса [1].

На данный момент множество туристических организаций заинтересованы в продвижении национального туристического продукта и разработке новшеств в сфере туризма. Наиболее значимыми инновационными разработками являются:

1. Проведение учебно-воспитательной и патриотической работы в форме туристическо-экскурсионных программ и выездных мероприятий (конференции, семинары, тренинги, рекламные туры, конкурсы и др.). Например, существующий уже «Фэст экскурсаводаў» — ежегодное мероприятие, приуроченное к Международному дню памятников и исторических мест.

2. Разработка и обновление экскурсий и туров по Беларуси, в том числе виртуальных, аудиогидов, трансграничных туристических маршрутов, а также маршрутов для людей с ограниченными возможностями. Например, создание виртуальной экскурсии по Несвижскому дворцу и виртуальный тур «Брестская крепость-герой».

3. Реализация комплекса мер по совершенствованию подготовки специалистов для сферы туризма (в том числе корректировка образовательных стандартов, учебных программ, формирование системы дистанционного образования, открытие новых востребованных специальностей в сфере туризма). Например, открытие такой специальности, как «Геотехнологии туризма и экскурсионная деятельность».

4. Подготовка, издание, тиражирование и распространение рекламно-информационных материалов о туристическом потенциале Республики Беларусь,

регионов и г. Минска на бумажных, электронных и цифровых носителях, включая мультимедийные презентации и видеоматериалы, сувенирную продукцию, формирование и продвижение туристического бренда Республики Беларусь, регионов и г. Минска.

5. Создание и продвижение в сети Интернет сайтов о туристическом потенциале областей и г. Минска, а также разработка и сопровождение мобильных приложений по туристическим маршрутам. Как пример можно привести мобильное приложение BY Guide.

Таким образом, благодаря осуществлению данных инновационных подходов, уровень развития национального туристического продукта сможет стать выше, что поспособствует увеличению туристических потоков в Республике Беларусь, повышению конкурентоспособности туристических услуг и продвижению национального туристического бренда в Республике Беларусь на мировой рынок.

Источники

1. Национальная стратегия развития туризма в Республике Беларусь до 2035 года [Электронный ресурс] // Нац. агентство по туризму. — Режим доступа: https://www.belarustourism.by/important-documents/?ELEMENT_ID=22021. — Дата доступа: 23.11.2022.