

## **ЦИФРОВЫЕ ТЕХНОЛОГИИ КАК ИНСТРУМЕНТАРИЙ СТИМУЛИРОВАНИЯ СПРОСА НА ВНУТРЕННИЙ ТУРИЗМ РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ**

Стремительный рост инноваций в области информационных технологий, кризис, связанный с пандемией COVID-19, различные геополитические конфликты привели к тому, что все больше субъектов туристической индустрии вынуждены оперативно адаптироваться под новые реалии, чтобы оставаться конкурентоспособными на рынке. Для индустрии туризма Республики Беларусь главными задачами данного периода являются сохранение положительной тенденции по переориентации на внутренний туризм и выработка потребительской привычки путем внедрения и использования новых цифровых технологий. В качестве инструментария для стимулирования спроса на внутренний туризм нами была предложена разработка мобильного приложения, включающего в себя главные туристические маршруты, достопримечательности, экотропы, объекты размещения, общественного питания и т.д. Разработка данного туристического приложения позволит неорганизованным внутренним туристам упростить планирование своего путешествия.

Помимо этого, непосредственно на маршруте туристу будет предложена аттракция — геокешинг. Геокешинг — туристическая игра, состоящая в нахождении тайников, спрятанных другими участниками игры [1]. Тайник рекомендуется создавать только в местах, которые представляют природный, исторический, культурный, географический интерес. Поэтому поиск тайников превращается в активный познавательный процесс, а участники получают множество любопытных сведений о достопримечательностях.

Когда турист приезжает в начало маршрута и считывает первый QR-код, он получает приглашение для участия в квесте по маршруту дестинации. Для выбора сложности необходимо указать количество человек, возраст принимающих совместное с ним участие и количество времени, которое турист готов потратить на квест. За время прохождения квеста турист сможет познакомиться с историей дестинации и сформировать положительное впечатление о новом туристическом опыте. Такого рода задания позволяют привлечь туристов и простимулировать их последующие поездки. Кроме того, это отличная возможность увеличения аттрактивности малопопулярных туристических объектов.

Помимо полезных непосредственно для пользователя функций данное приложение позволит произвести примерный подсчет количества внутренних неорганизованных туристов. Целевой аудиторией приложения являются молодые люди в возрасте от 20 до 35 лет. Поскольку именно у этого контингента есть потребность в краткосрочных турах и самостоятельных путешествиях без привязки к экскурсионным группам. Основными каналами распространения

будет реклама в интернете (продвижение через лидеров мнений и блогеров в Instagram, Youtube, TikTok, на туристическом портале Национального агентства по туризму), а также путем размещения QR-кода непосредственно в начале туристических маршрутов, экотроп и т.д.

Пандемия COVID-19 и ускоренная цифровизация послужили стимулом для модернизации методов ведения бизнеса. С целью минимизации последствий кризиса рынок туризма вынужден оперативно внедрять цифровые технологии, которые позволят организациям быть более гибкими и устойчивыми на рынке туризма в нестабильные периоды.

#### **Источник**

1. Геокешинг [Электронный ресурс] // Wikipedia. — Режим доступа: <https://ru.wikipedia.org/wiki/Геокэшинг/>. — Дата доступа: 24.11.2022.