

на двоих и комплект нижнего белья либо боди от Hunkemoller» (проведение акции с 01.09.2024 г. до 30.09.2024 г.)). Промокоды и купоны: размещение информации о турах на платформе slivky.by. Скидки: для постоянных клиентов формируются индивидуально исходя из выбранного тура. Также скидки, приуроченные к праздникам (неделя скидок в честь Всемирного дня шопинга — 11 % с 11.11.2024 г. по 15.11.2024 г.); прямой маркетинг: персонализированные рассылки на e-mail постоянным клиентам в целях рекламы нового или популярного тура; индивидуальная продажа и послепродажное сопровождение. ЧТУП «Трэвел Лаб» ориентируется на цифровой маркетинг, т.е. использует все возможные цифровые каналы для продвижения своего бренда и туров. Отдельное внимание уделено Instagram, так как именно там сконцентрирована активная аудитория, которая в будущем станет потребителем услуг организации (аккаунт насчитывает 143 тыс. подписчиков и 5276 публикаций).

Таким образом, можно сделать вывод, что хорошо разработанная коммуникационная политика организации оказывает положительное воздействие на продвижение туристического продукта, способствует созданию благоприятного имиджа и стимулирует потенциальных потребителей.

СНИЛ «Тураналитик»

А. В. Курц

БГЭУ (Минск)

Научный руководитель — М. В. Козловская

НАПРАВЛЕНИЯ РАЗВИТИЯ ГИДРОЛОГИЧЕСКОГО ПАМЯТНИКА ПРИРОДЫ «ГОЛУБАЯ КРИНИЦА» КАК КЛЮЧЕВОГО ОБЪЕКТА ЭКОТУРИЗМА МОГИЛЕВСКОЙ ОБЛАСТИ

Эффективная организация и развитый продукт экотуризма положительно влияют на имидж страны через элементы устойчивого развития и реализацию принципов зеленого государства, способствуют формированию экологически чистого сектора в структуре национальной экономики [1].

Рассмотрим в качестве примера Могилевскую область, где имеющийся экотуристический потенциал естественных ландшафтов используется в минимальной степени. В Могилевской области немало криниц, некоторые из них не только имеют природоведческую и экологическую ценность, но и являются объектами религиозного поклонения [2]. Так, Голубая криница не имеет аналогов в Беларуси и представляет собой малый живописный водоем диаметром около

20 м. Вода поднимается на поверхность с глубины более 100 м и имеет голубовато-изумрудный цвет.

На территории гидрологического памятника природы «Голубая криница» оборудовано более восьми беседок для отдыха, проложены качественные подъездные дороги и велосипедный маршрут. Появилась экологическая тропа протяженностью около 100 м, ведущая в лес и позволяющая ближе познакомиться с природой.

Рассмотрим некоторые направления повышения туристической привлекательности «Голубой криницы»:

- развитие инфраструктуры может включать расширение и увеличение протяженности экологической тропы с обустройством тематических остановок;
- для привлечения большего числа посетителей целесообразно ввести аренду велосипедов и электросамокатов для активного отдыха и проводить экологические фестивали, ярмарки и мастер-классы;
- усиление информационной составляющей за счет интерактивных стендов с QR-кодами, мультимедийных технологий и создания мобильного приложения, где будут представлены маршруты, интересные факты и рекомендации для туристов;
- для обеспечения устойчивого развития необходимо организовать контроль за экологической нагрузкой, включая установку пунктов сбора мусора и ограничение посещаемости в пиковые периоды. Программа восстановления природы, такая как высадка деревьев и мониторинг состояния экосистемы, поможет сохранить уникальность территории;
- популяризация объекта может быть достигнута через рекламные кампании, публикацию видеороликов и статей в социальных сетях, а также через создание сувенирной продукции с символикой «Голубой криницы».

Развитие территории «Голубой криницы» способно обеспечить значительный экономический эффект за счет увеличения туристического потока и связанных с ним доходов. В общей сложности прирост годового дохода может составить 18 тыс. р. При инвестициях около 50 тыс. р. в развитие территории ожидаемый возврат вложений может быть достигнут в течение трех лет.

Таким образом, уникальность памятника природы «Голубая криница», его природная и культурная ценность в сочетании с улучшенной инфраструктурой и современным подходом к экологическому туризму способны привлечь большее количество посетителей, повысить экологическую осведомленность населения и укрепить имидж региона как туристического направления.

Источники

1. Шаройкина, А. В. Опыт развития экологического туризма в странах Европейского союза / А. В. Шаройкина, А. Н. Решетникова // Агротуризм в период современных вызовов: национальный опыт : мате-

риалы XIII Междунар. науч.-практ. конф., Минск, 24 нояб. 2022 г. / Белорус. гос. ун-т ; редкол.: Л. М. Гайдукевич (гл. ред.) [и др.]. — Минск : БГУ, 2022. — С. 138–144.

2. *Решетникова, А. Н.* Ресурсный потенциал и особенности развития экологического туризма в Могилевской области / А. Н. Решетникова // Псковский регионологический журнал. — 2009. — № 7. — С. 103–109.

СНИЛ «Тураналитик»

А. В. Курц

БГЭУ (Минск)

Научный руководитель — О. В. Толкач

ВАЖНОСТЬ ПРОФЕССИИ СИТИ-МЕНЕДЖЕРА КАК ЭЛЕМЕНТА УПРАВЛЕНИЯ ТУРИЗМОМ И ГОСТЕПРИИМСТВОМ

В течение последних ста лет мир переживает стремительную урбанизацию. Согласно данным ООН с 2007 г. более половины населения Земли проживает в городах, а к 2050 г. доля городских жителей возрастет до 70 % [1].

Сити-менеджер (городской управляющий) — профессионал, занимающийся комплексным управлением городом или его отдельными районами. Эта роль включает планирование, координацию и реализацию различных политик и проектов в областях градостроительства, экономического развития, социальной сферы, экологии и других, направленных на улучшение городской среды и обеспечение благоприятных условий для жизни граждан и комфорта туристов.

Обязанности сити-менеджера могут включать: разработку стратегий развития; планирование городского хозяйства; управление городским бюджетом; градостроительство и землепользование; координацию деятельности городских служб; экологическое управление; взаимодействие с органами власти; обеспечение общественной безопасности; развитие городской инфраструктуры (строительство дорог, благоустройство территорий и т.д.); социальное развитие; взаимодействие с общественностью и бизнесом (сотрудничество с представителями для привлечения инвестиций и поддержки предпринимательства); международное сотрудничество (развитие партнерских отношений с другими городами и международными организациями для обмена опытом, реализации совместных проектов); интеграцию инноваций и технологий.

В Республике Беларусь элементы профессионального управления предусмотрены через систему местного самоуправления, закрепленную в Конституции Республики Беларусь. В соответствии со ст. 120 Конституции органы местного управления и самоуправления в пре-