

2. Интерактивный туристический портал Visit Belarus : [сайт]. — URL: <https://visit-belarus.com> (дата обращения: 26.11.2025).

3. Экотуризм в Беларуси // AgroComfort. — URL: https://agro-comfort.by/content/news/ecoturizm_v_belarusi.html (дата обращения: 26.11.2025).

4. Событийные туры // Тайм Вояж. — URL: <https://t-v.by/tours/sobytiynye-tury/> (дата обращения: 25.11.2025).

5. Проект Smart Tourism Belarus // Министерство спорта и туризма Республики Беларусь. — URL: <https://mst.by/projects/smarttourism> (дата обращения: 26.11.2025).

А. Н. Козачёк, Н. О. Ярошевич
БГЭУ (Минск)

Научный руководитель — Н. В. Савина, канд. филол. наук, доцент

ВЛИЯНИЕ РАЗРАБОТКИ НОВЫХ ТУРИСТИЧЕСКИХ ПРОДУКТОВ НА ФОРМИРОВАНИЕ ПОЗИТИВНОГО ИМИДЖА ДЕСТИНАЦИИ

В современных условиях развития туризма исследование влияния разработки новых туристических продуктов в формировании позитивного имиджа дестинации становится особенно актуальным.

Туристический продукт рассматривается как результат деятельности предприятий в виде услуг (транспортные, услуги по размещению, страхованию, экскурсионные и др.), предназначенный для продажи на рынке, а также товары туристического назначения, информационные материалы: путеводители, сувенирная продукция, каталоги и т.п., которые необходимы туристу в дестинации (от англ. destination — место; пункт назначения) пребывания.

Дестинацию следует рассматривать как определенную территорию, в которой посетитель проводит время в соответствии с программой туристического путешествия. Дестинации имеют свой имидж и идентичность, их туристическая привлекательность связана с увеличением туристического потока, возможностью привлечения финансовых источников, расширением спектра предлагаемых услуг, а значит, и их выбора.

Туроператор должен создать такой туристический продукт (тур), который важен и ценен для потенциальных туристов, включающий основные элементы: дестинацию, транспорт, услуги размещения, трансфер (от англ. transfer — переносить, перемещать). Туристические продукты разрабатываются на основе туристических ресурсов, соответствующих определенным требованиям: доступность (транс-

портная и финансовая), комплексность объектов, привлекательность, аттрактивность, безопасность и др.

Полезность туристического продукта определяется желательностью предоставляемых услуг и оценочными критериями, охватывающими возможности удовлетворения совокупности интересов потребителей, наличием туристической инфраструктуры, оценок по выявлению наибольшего развития в дестинации перспективных видов туризма. Реализация туристического продукта должна обеспечивать рентабельность деятельности предприятий индустрии туризма, региональный социально-экономический эффект, стабильность экологической системы [1, с. 129].

Турист воспринимает дестинацию целиком, поэтому регионы конкурируют друг с другом из-за человеческого капитала в лице квалифицированных специалистов, талантливых ученых и выдающихся деятелей искусства; привлечения частных и государственных инвестиций в экономику; участия в государственных программах и получении заказов для предприятий; туристических потоков и др.

Для продвижения новых туристических продуктов следует использовать комплексные маркетинговые инструменты: рекламу, продвижение в интернете, участие в выставках и ярмарках и т.п.; разработку информационных материалов, в том числе в цифровом формате; проведение информационных туров с приглашением представителей СМИ и блогеров; сотрудничество с туристическими информационными центрами.

Все перечисленное способствует формированию и поддержанию благоприятного имиджа дестинации, обеспечивает ее конкурентоспособность, отражает состояние экономической политики, социальных институтов, природных и климатических условий, истории, религии, менталитета, науки и образования, уровня развития территории в целом.

Таким образом, разработка новых туристических продуктов, которые дестинация может предложить туристу для удовлетворения его потребностей, интересов и ожиданий, способствует формированию ее позитивного имиджа.

Источник

1. Конкурентоспособность туристского комплекса Республики Беларусь: современные тенденции и вызовы : монография / Е. Г. Киреенко, Д. Г. Решетников, А. И. Тарасенок [и др.] ; под общ. ред. Е. Г. Киреенко, Д. Г. Решетникова. — Мн. : Ковчег, 2018. — 400 с.