

демонстрация и проведения мастер-классов под руководством мастеров Беларуси; организация минипекарен и «броваров» на объектах туризма; демонстрация домашних и диких животных; реконструкция реального быта с участием аниматоров, которые будут демонстрировать ведение хозяйственной деятельности; организация услуг детского отдыха по типу «детской комнаты»; организация конкурсов и различных квестов этнографической тематики; продажа сувениров, газет, журналов и почтовых открыток в старом стиле; активное брендингирование и продвижение событийных мероприятий этнографического характера.

Итак, перспективы для развития этнографического туризма в Беларуси есть, и они огромны. На данный момент объекты этнографического туризма, и в особенности государственные, задействуют мало инструментов маркетингового продвижения. Требуется активная реклама и продвижение музеев, агроусадоб, мероприятий событийного туризма в СМИ на внутреннем и международном уровне. Развитие этнографического туризма не только привлечет зарубежных туристов, повысит экономические показатели и доходность туристических предприятий, но также расширит потоки внутреннего туризма, что поспособствует укреплению национального самосознания, обогатит знания народа Беларуси о своих традициях и обычаях.

Литература

1. Этнографические музеи Беларуси [Электронный ресурс]. — 2013. — Режим доступа: www.belarus.by. — Дата доступа: 13.04.2015.
2. Скансен [Электронный ресурс] // Первый этнографический музей под открытым небом. — 25 февраля. — Режим доступа: www.skansen.se. — Дата доступа: 13.04.2015.

Т.М. Мосензон

Е.И. Болбас

БГЭУ (Минск)

Научный руководитель — П.А. Литвинов

ИННОВАЦИОННЫЕ ИНСТРУМЕНТЫ ПОВЫШЕНИЯ ЭФФЕКТИВНОСТИ КУЛЬТУРНО-ПОЗНАВАТЕЛЬНЫХ ЭКСКУРСИЙ

Согласно закону Республики Беларусь «О туризме» экскурсия — туристическое путешествие физических лиц на период менее 24 ч, посещение физическими лицами, в том числе туристами, в познавательных целях туристических ресурсов, других объектов, имеющих художественную, историческую и иную значимость, под руководством экскурсовода, гида-переводчика, иного лица, наделенного правом проведения экскурсий [1].

Экскурсия — неотъемлемая часть индустрии туризма в целом и культурно-познавательного туризма в частности, однако прослежива-

БДЭУ. Беларускі дзяржаўны эканамічны ўніверсітэт. Бібліятэка.

БГЭУ. Белорусский государственный экономический университет. Библиотека.°

BSEU. Belarus State Economic University. Library.

<http://www.bseu.by/elib@bseu.by>

ется некоторая застенчивость способов и методов ее организации. Рассказ экскурсовода не всегда способствует качественному запоминанию информации. Экскурсанты зачастую являются пассивными слушателями, а не активными участниками экскурсии, что приводит к быстрой утомляемости и утрате заинтересованности.

Исходя из этого темой данного исследования стали инновационные инструменты повышения эффективности культурно-познавательных экскурсий. В работе предлагается проведение нового типа экскурсий — «экскурсионного ориентирования». Этот тип экскурсий сочетает элементы спортивного соревнования и культурно-образовательного мероприятия.

Спортивное ориентирование — вид спорта, в котором участники при помощи спортивной карты и компаса должны пройти контрольные пункты, расположенные на местности, и отметить их в контрольной карточке. Результаты, как правило, определяются по времени прохождения дистанции (иногда с учетом штрафного времени) или по количеству набранных очков [2].

Экскурсионное ориентирование похоже на такую форму экскурсии, как квест, но это отличные друг от друга понятия. В квесте, чтобы пройти дальше, экскурсант после выполнения задания получает следующее. В ориентировании же все точки известны заранее и отмечены на карте, а чтобы пройти дальше, необходимо найти заданный контрольный пункт и отметить его в контрольной карточке. В нашем случае контрольными пунктами будут являться объекты культурного наследия Беларуси.

В ходе работы был разработан маршрут экскурсионного ориентирования по Белорусскому музею народной архитектуры и быта в Озерце под названием «Пошукі папараць-кветкі», приуроченного к празднику Ивана Купалы.

До начала экскурсии каждому участнику предполагается выдача карты, где будет отмечено место (местонахождение предмета), которое необходимо найти, и буклета-легенды с описанием его исторической значимости. На каждом контрольном пункте будет спрятан жетон, который необходимо вклеить в контрольную карточку. После чего пункт считается пройденным и можно двигаться дальше. Пройдя все пункты и собрав жетоны, участник отправляется на финиш, где контрольная карта разрезается и собирается рисунок. Самый быстрый участник будет награжден специальным призом — «папараць-кветкай» и коробкой конфет с одноименным названием.

Преимущества данного типа экскурсий в том, что информация, включенная в маршрут, более качественно усвоится, так как участники будут сконцентрированы на поиске, а активная вовлеченность в процесс в отличие от традиционного пассивного способа ведения экскурсии будет способствовать увеличению заинтересованности. Кроме этого, призы привлекут большее число участников и будут подстегивать спортивный азарт.

Таким образом, внедрение данного типа культурно-познавательных экскурсий решает некоторые проблемы современной экскурсионной

деятельности, а также будет способствовать развитию как внутреннего, так и въездного туризма в нашей стране.

Литература

1. О туризме : Закон Респ. Беларусь от 25 ноября 1999 г. : в ред. 16.06.2010 г. // Нац. реестр правовых актов Респ. Беларусь. — 1999. — № 95. — 2/101.

2. Спортивное ориентирование: википедия — свободная энциклопедия [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <https://ru.wikipedia.org/>. — Дата доступа: 05.04.2015.

К.В. Шуляк

БГЭУ (Минск)

Научный руководитель — кандидат экономических наук Е.Ф. Волонцевич

ОПЫТ ЗАРУЖЕБНЫХ СТРАН В ПРИВЛЕЧЕНИИ ИНВЕСТИЦИЙ В ТУРИСТИЧЕСКУЮ ИНДУСТРИЮ

Во времена жесткой мировой конкуренции и нестабильной экономической обстановки для любого государства неоспоримым фактом выступает необходимость разработки собственной уникальной инвестиционной политики. В этой ситуации особо важным является анализ накопленного мирового опыта, в ходе которого необходимо выявить наиболее значимые достижения в области инвестиционной политики и применить их для создания собственной эффективной модели.

Опыт зарубежных стран свидетельствует, что открытие специальных агентств по привлечению инвестиций способствуют не только привлечению зарубежного капитала в страну, но и является очень важным инструментом формирования позитивного имиджа страны на международном уровне и налаживания инвестиционного климата на основе непосредственного общения с инвесторами на местах, максимального содействия в бизнесе [1, с. 133]. Существует немало успешных примеров зарубежных стран (Сингапур, Чехия, Румыния, Франция и Хорватия и др.), которым удалось привлечь значительный поток иностранного капитала таким образом.

Наиболее эффективной формой привлечения инвестиций в туризм, которую применяли все страны, лидирующие на туристическом рынке, является государственно-частное партнерство (ГЧП). Выгоды от такого партнерства очевидны: государственный сектор получает доступ к источникам капитала, навыкам в планировании, управлении и предоставлении услуг, ускоренное развитие активов инфраструктуры, диверсифицирует риски и т.д.; частный сектор — доступ к новым рынкам, расширение спектра предоставляемых продуктов и услуг, улучшение условий кредитования, возможность получения высокого уровня прибыли и др. [2, с. 92].

БДЭУ. Беларускі дзяржаўны эканамічны ўніверсітэт. Бібліятэка.

БГЭУ. Белорусский государственный экономический университет. Библиотека.°

BSEU. Belarus State Economic University. Library.

<http://www.bseu.by/elib@bseu.by>