

Город раскрывает свою историю с помощью истории каждой из религий на наших землях. Экскурсии религиозной тематики способствуют притоку туристов в город и расширению знания своего города минчанами, формируя толерантность и уважительное отношение к представителям всех религий и конфессий.

И.Ю. Пешкур

БГЭУ (Минск)

Научный руководитель Н.В. Савина

(канд. филол. наук, доцент)

РАЗРАБОТКА НОВОГО ТУРИСТИЧЕСКОГО ПРОДУКТА В ФОРМЕ ВЕЛОСИПЕДНОГО ЭКСКУРСИОННОГО ТУРА

Велосипедный экскурсионный тур — это организованная многодневная туристическая поездка, включающая экскурсионную программу. Основной целью туров с использованием такого средства передвижения как велосипед, является оздоровление или поддержание спортивной формы, что в последнее время становится трендом. Наблюдается высокий интерес к любительскому спорту, который привлекает миллионы людей с целью самосовершенствования, саморазвития и снижения уровня стресса.

Проведенный анализ предложений данных поездок по Беларуси показал, что на сегодняшний день их разработкой занимаются туристические клубы, туристические организации, энтузиасты. Количество предложений подобного рода увеличивается, что говорит об устойчивой тенденции роста спроса и интереса к данному направлению. Первый в Беларуси зеленый маршрут для велолюбителей и профессионалов был создан в Воложинском районе. Исходя из количества заявок на данный туристический продукт и опросов клиентов, как показали исследования, можно утверждать о положительном росте спроса, как жителей Беларуси, так и иностранных граждан. Как видим, ниша туристических путешествий с использованием велосипеда показывает достаточно перспективный потенциал для развития. Для определения актуальности продвижения туристического продукта в форме велосипедного экскурсионного тура необходимо правильно определить целевую аудиторию.

Велосипедные туры (велотуры) можно разделить на три типа, целевые аудитории которых будут несколько отличаться между собой. Первый тип -велотуры, основной целью которых является спортивный интерес, «прокачка» мышц и потеря лишнего веса. Второй — велотуры, целью которых является приведение организма в тонус, избавление от стресса и оздоровление. Третий — велотуры, главная цель которых осмотр достопримечательностей. Благодаря оригинальности формата экскурсий велотуристы получают новые незабываемые эмоции от поездки.

Для составления описания типичного потенциального потребителя туристического продукта в форме велосипедного экскурсионного тура нами были проанализированы различные интернет-ресурсы, а также *проведено анкетирование* среди велолюбителей. Результаты анкетирования показали, что целевой аудиторией спортивных велотуров являются женщины и мужчины в возрасте от 18 до 40 лет со средним уровнем дохода. Целевая аудитория второго типа более широкая, она включает семейный, молодежный туризм, туризм для лиц пенсионного возраста. Что касается целевой аудитории третьего типа, то это мужчины и женщины от 27 до 50 лет со средним и выше уровнем дохода. Сегодня конкуренцию белорусскому рынку среди стран-соседей может составить только Польша. В Украине, Литве, Латвии и России велотуры развиты незначительно. Таким образом исследование обладает новизной. Разработанный туристический продукт в форме велосипедного экскурсионного тура является конкурентоспособным на рынке международного туризма. Наиболее результативным будет продвижение разработанного тура для целевой аудитории 20–50 лет. Внедрение данного продукта в деятельность туристического предприятия позволит расширить сегмент его предложений, повысить эффективность деятельности в целом.

Благодаря туристическому продукту в форме велосипедного экскурсионного тура можно открыть Республику Беларусь для белорусов и иностранных туристов с совершенно новой, неизвестной стороны.

Ю.В. Потапенко

БГЭУ (Минск)

Научный руководитель А.Г. Траскевич

(канд. экон. наук, доцент)

СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ ФУНКЦИОНИРОВАНИЯ СПА-ИНДУСТРИИ В г. МИНСКЕ

Понятие **spa (спа)** традиционно подразумевает оздоровительный комплекс бальнеологических процедур, в основе которых лежит использование комплекса природных оздоровительных факторов (см. таблицу).

Ключевые функциональные элементы спа-предприятия

Элемент	Сущность, примеры	Оздоровительный эффект
1	2	3
Сауны и бани	Русская баня, финская сауна и турецкий хамам и др.	Расслабление и снятие мышечного напряжения, выведение шлаков, похудание
Купания	Погружение в различные типы вод, применение солей и лечебных грязей	Антистрессовый, противовирусный, стимулирующий и антибактериальный эффект