

*А. Г. Траскевич, канд. экон. наук  
БГЭУ (Минск)*

*С. В. Донских, канд. культурологии  
ГрГУ им. Я. Купалы (Гродно)*

## **КУЛЬТУРНОЕ НАСЛЕДИЕ КАК РЕСУРС ДЛЯ ФОРМИРОВАНИЯ ПАРТНЕРСКИХ СВЯЗЕЙ СТЕЙКХОЛДЕРОВ СЕЛЬСКИХ ДЕСТИНАЦИЙ БЕЛАРУСИ**

Санаторно-курортные организации формируют функциональный центр особого типа сельских дестинаций в Беларуси — курортных дестинаций [1]. Данные крупные стейкхолдеры обладают существенным инфраструктурным и компетентностным потенциалом для привлечения основного объема турпотоков курортных дестинаций. Вместе с тем в условиях высокой конкуренции на туристическом рынке, а также с учетом постоянного роста требовательности потребителей не только к качеству, но и к разнообразию и аутентичности туристических услуг возникают императивы для формирования более тесных партнерских связей внутри дестинаций. Национальное и региональное культурное наследие Беларуси выступает ключевым ресурсом и предметом развития партнерских связей между стейкхолдерами курортных дестинаций — санаториями и сельскими усадьбами. Важнейшими направлениями сотрудничества являются следующие:

- совместное использование инфраструктуры. Санатории обладают основной инфраструктурой размещения в курортных дестинациях, а сельские усадьбы могут предложить более аутентичные и комфортные условия размещения, которые ориентированы на индивидуальные потребности нишевых туристических сегментов;
- совместное формирование туристических продуктов. Санатории предлагают широкий выбор лечебно-оздоровительных услуг, а также анимационных программ, однако для типичного санаторно-курортного турпродукта характерно отсутствие услуг традиционной и комплементарной медицины, аутентичных национальных оздоровительных практик. Этот пробел может быть восполнен соответствующим предложением сельских усадеб (русская баня, фитотерапия, апитерапия и др.). Услуги питания в санатории ориентированы на принципы диетологии, сельские усадьбы же могут разнообразить данный базовый аспект турпродукта вовлечением национальных и региональных кулинарных традиций, использованием аутентичных технологий приготовления пищи (например, в русской печи). Сельские усадьбы могут сотрудничать с санаториями посредством ведения экологического сельского хозяйства и выращивания целебных трав, характерных для региона. Это будет соответствовать ключевым мировым трендам спроса в сфере лечебно-оздоровительного туризма, а также принципам социальной корпоративной ответственности;
- обмен знаниями и передовым опытом. Компетенции персонала и наукоемкая инфраструктурная база санаториев позволяют осуществлять трансфер медицинских знаний. В то же время для санаториев не характерны знания в области национальных оздоровительных традиций, востребованных у современных международных туристов. Хозяева сельских усадеб могут преподнести туристам санаториев самобытные традиции бани или фитотерапии, санатории — предоставить научно обоснованное свидетельство о влиянии практики на индивидуальные параметры самочувствия туриста;
- совместные туристические проекты и мероприятия этнической и религиозной тематики. Сотрудничество стейкхолдеров в данном аспекте способно привести к формированию более ценного и уникального туристического впечатления, чем просто анимация: познания национального характера местного сообщества дестинации, ощущение целебной составляющей многих славянских праздников и ритуалов (православные традиции

празднования Крещения, аскетические славянские традиции Великого Поста, фитотерапевтический акцент в празднике Купалья и др.).

Сотрудничество стейкхолдеров позволит сформировать уникальное предложение турпродуктов, характеризующихся аутентичными туристическими впечатлениями, обеспечить предпринимательскую активность в регионе с акцентом на устойчивом развитии.

**C. Massidda**  
Cagliari University (Italy)  
**Yu. Shavruk**  
BSEU (Minsk)

## ENVIRONMENTAL IMPACTS OF TOURISM

### ЭКОЛОГИЧЕСКОЕ ВОЗДЕЙСТВИЕ ТУРИЗМА

*Раскрывается связь загрязнения окружающей среды и туризма: индустрия туризма вносит существенный вклад в социально-экономический рост и развитие экономики, но существует и обратная связь между туризмом и загрязнением окружающей среды. Развитие туризма оказывает экологическое и социальное давление, приводит к увеличению уровня загрязнения, связанного, в частности, с уровнем выбросов углекислого газа.*

The recent rapid development of international tourism is potentially very impacting on economic growth and poverty reduction. However, besides these possible, positive, economic outcomes, tourism might also bring severe negative consequences. Actually, rapid tourism development means environmental and social pressure, stressed infrastructure, overcrowded major attractions and capacity constraints in major cities. Moreover, since most tourism-related activities involve energy consumption from fossil fuels, tourism development is expected to boost pollution associated, in particular, to the level of carbon dioxide emissions (CO<sub>2</sub>). In this respect, it is generally agreed that tourism contribution to CO<sub>2</sub> emissions is increasing over time.

According to a recent research (University of Sidney-Nature Climate Change), emissions generated by the tourism sector are at around 8 % across the globe and increased from 3,9 to 4,5 billion between 2009 and 2013. Moreover, calculations point that 75 % of tourism sector CO<sub>2</sub> emissions depend on transportation (40 % air transport, 30 % car transport, and 3 % other transport) while 21 % and 4 % of those by accommodation and tourist activities (UNWTO, 2008). Thus, it is air transport which represents the major threat for the environment. It is estimated that for long travel, per capita CO<sub>2</sub> emissions are around 120 gr/Km, whereas they increase to 200 gr/Km for short trips.

Gossling was the first to propose a methodical approach to examine the consumption of energy and emission of carbon due to the tourism industry (Gossling, 2000). After his first contribution, many others appeared and they touched several aspects of the tourism-pollution relationship (Gossling, 2002).

However, energy consumption of the tourism industry is not the only link between tourism and pollution. Tourism generates CO<sub>2</sub> also because of its role in leading economic growth. Theoretical literature discusses the role of tourism for growth according to the *Tourism Led Growth Hypothesis*, firstly introduced by Balaguer and Cantavella-Jorda (2002). From an empirical viewpoint, most of this research is framed within the