

числе и формирование у персонала осознанности и ответственности за репутацию и имидж гостиничного предприятия

Источники

1. Павленко, И.Г. Влияние качества гостиничного сервиса на уровень удовлетворенности клиентов / И.Г. Павленко // Вестн. ОрелГИЭТ. — 2014. — № 1 (27). — С. 147–151.

2. Пилявский, В.П. Современные особенности и тенденции развития отечественной сферы гостеприимства / В.П. Пилявский, И.Г. Павленко // Вестник ОрелГИЭТ. — 2017. — № 3 (41). — С. 99–107.

И.А. Клец
БГЭУ (Минск)

Научный руководитель — **С.Н. Лапина**, канд. экон. наук, доцент

ПОНЯТИЕ И СПЕЦИФИКА РАЗВИТИЯ НАУЧНОГО ТУРИЗМА

Научный туризм — вид туризма, главной особенностью которого является непосредственное участие в научной или исследовательской программе тура, как правило, без извлечения туристом материальной выгоды [1].

Принятая ЮНЕСКО и Всемирной туристской организацией (ВТО) Хартия научного и культурного туризма, Манильская декларация по мировому туризму дают следующее определение: «Научный и культурный туризм имеет своей целью *inter alia* — личное познание научных достижений и открытие исторических мест и памятников».

Анализ экономической литературы позволил выделить 3 подхода к определению сущности понятия «научный туризм»:

- технический подход — подход, в основу которого положено описание ресурсов, используемых при осуществлении научного туризма;
- концептуальный подход — это подход, основанный на определении цели и мотивов туристов, отправляющихся в научные туры;
- результативный подход — подход, основным аспектом которого является определение конечного результата туриста.

Специфика научного туризма состоит в том, что туристами в этой сфере выступают ученые и исследователи. Главной их задачей является открытие исторически важных мест и памятников, а также достижения в области науки. Объектами для посещения и изучения служат национальные парки, заказники, заповедники, другие охраняемые природные территории.

Научный туризм подразделяется на три вида: ознакомительный, вспомогательного участия, самостоятельного исследования и рассмат-

ривается в нескольких аспектах: как подвид экологического туризма, подвид делового туризма, самостоятельный вид туризма.

Исходя из целей и характера деятельности можно выделить три основных типа научных туристов:

1) «профессионалы» — специалисты и ученые в определенной области знания (например, натуралисты, историки и другие), которые являются действующими сотрудниками учреждений образования, исследовательских центров или полевых лабораторий;

2) «фанаты» — туристы, основной целью которых является целенаправленное изучение природы и культуры, но это не основной вид их деятельности;

3) «любители» — туристы, основная цель которых — участие в обычном туре.

Развитие научного туризма на конкретной (локальной) территории является основой для развития и формирования туристского потока и как следствие формирование туристской дестинации.

Научный туризм оказывает большое влияние на географию перемещения туристов. Ожидается, что доля европейского контингента в географии мирового туризма упадет с 59 до 45 %, к 2020 г. страны Восточной Азии и Тихоокеанского региона станут вторыми с долей 27 % после Европы, отеснив Америку на третье место — 18 %.

По оценкам экспертов ЮНЕСКО, доля научного туризма к 2020 г. составит 25 % от общих показателей мирового туризма или около двух трлн дол. США в год. Тем самым данный показатель может привести к процессу превращения туризма в ведущий комплекс культурного и научного развития.

Для Беларуси научный туризм может стать областью широкого применения, так как республика обладает достаточным количеством национальных парков, заповедников и заказников. С помощью данного направления туризма Республика Беларусь способна повысить узнаваемость и посещаемость страны среди туристов.

В.А. Кожельцова

БГЭУ (Минск)

Научный руководитель — П.А. Литвинов

«ЗУБРОВКА» КАК ЭЛЕМЕНТ БРЕНДИНГА ГАСТРОНОМИЧЕСКОГО ТУРИЗМА БЕЛАРУСИ

Вопрос про традиционный национальный алкогольный напиток белорусов зачастую ставит в тупик. Многие называют самогон, кто-то вспомнит медовуху, ну и совсем немногие скажут «крамбамбуля». Но ни один из этих вариантов не будет верным. Самым знаменитым брендом из алкогольных напитков, созданных на территории Бе-