

достаточная известность Беларуси как туристической дестинации в глобальном масштабе, не всегда соответствующий современным стандартам уровень сервиса, недостаточное владение сотрудниками отрасли английским языком. Все это приводит к сильной зависимости от конъюнктуры постсоветских рынков, в первую очередь от российского. Однако все эти трудности легко преодолимы на основании использования передового мирового опыта при более широком использовании современных технологий, в том числе информационно-компьютерных, использовании инновационных и креативных методов странового продвижения и т.д. Республика Беларусь весьма конкурентоспособна на мировом рынке лечебно-оздоровительного туризма по соотношению «цена—качество», географическому положению, поэтому развитие въездного лечебно-оздоровительного туризма имеет большие перспективы [1].

Источник

1. *Сабилу, В. А.* Анализ использования информационно-компьютерных технологий в продвижении санаторно-курортного продукта / В. А. Сабилу, М. В. Пуренок // Человек. Здоровье. Окружающая среда : материалы респ. науч.-практ. конф. с междунар. участием, посвящ. гигиен. аспектам первич. медицин. профилактики заболеваний, Минск, 24–25 окт. 2019 г. — Минск : БелМАПО, 2019. — С. 229–233.

М. А. Серякова
БГУ (Минск)

Научный руководитель — Д. Г. Решетников, канд. геогр. наук, доцент

СПОРТИВНОЕ МЕРОПРИЯТИЕ КАК ИНСТРУМЕНТ СОЦИАЛЬНОГО РАЗВИТИЯ МЕСТНОГО СООБЩЕСТВА

На сегодняшний день исследования влияния спортивных мероприятий носят в основном экономический характер, в то время как попытки оценки социальных последствий (эффектов) являются относительно редким явлением. Об этом говорит отсутствие хорошо разработанных методов измерения эффектов спортивных мероприятий, выходящих за пределы экономической области. Социальные воздействия спортивного мероприятия очевидны и неоспоримы, однако сложность состоит в предоставлении научных доказательств устойчивости воздействия, которое «легко увидеть, но трудно доказать» [1, с. 7]. До сих пор остается вопросом, как спланировать социальный эффект и как именно социальное воздействие от проведения спортивных мероприятий может изменить жизнь участников, зрителей, волонтеров и местных жителей в долгосрочной перспективе.

В научной литературе эффекты от проведения спортивного мероприятия классифицируются по-разному, можно выделить четыре основных:

- экономический эффект (рост ВВП, занятости, туризма и т.д.);
- экологический эффект (управление отходами, углеродный след);
- физический эффект (транспортная инфраструктура, жилищное строительство, спортивная инфраструктура и т.д.);
- социальный эффект [1, с. 13].

Социальный эффект можно отнести к тому, как спортивное мероприятие вызывает изменения в коллективных и индивидуальных системах ценностей, моделях поведения, общественных структурах, образе и качестве жизни [2, с. 215]. Долгосрочный социальный эффект называется наследием. В совокупности можно выделить три основных аспекта социального воздействия: спорт и участие в спорте (степень, в которой спортивные мероприятия стимулируют спортивный сектор и стимулируют участие в спорте (демонстративный эффект)); установки и убеждения (степень, в которой спортивные мероприятия влияют на убеждения, отношения, нормы и ценности людей); социальная сплоченность (процесс развития сообщества общих ценностей, общих проблем и равных возможностей, основанный на чувстве доверия и взаимности).

Некоторые исследователи указывают на препятствия на пути создания социального эффекта. Прежде всего, существует разница между обязанностями в организации спортивного мероприятия и ответственностью за создание наследия, которая создает некоторую напряженность для организаторов мероприятий, целью которых является непосредственно организация. Во-вторых, оргкомитет мероприятия обычно распускается вскоре после мероприятия, что делает программы социального развития неустойчивыми. В-третьих, для эффективного использования рычагов необходимо, чтобы мероприятие было стратегически интегрировано в ассортимент продуктов и услуг принимающей страны (ответственность должна быть у тех, кто отвечает за экономическое, социальное развитие в принимающей дестинации).

Существует несколько инструментов планирования создания социального эффекта. Во-первых, решение состоит в активном планировании с учетом выгод для принимающего сообщества и принятии стратегических мер по повышению устойчивости мероприятий. Во-вторых, установление связей с местными органами власти и общественными организациями. В-третьих, участие заинтересованных сторон (например, местных сообществ, общественных организаций) в общем процессе организации.

Источники

1. Creating social impact with sports events [Electronic resource] / P. Hover [et al.] // ResearchGate. — Mode of access: <https://www.researchgate>.

net/publication/307855925_Creating_social_impact_with_sport_events. — Date of access: 25.11.2020.

2. Evaluating sport development outcomes: the case of medium-size international sport event [Electronic resource] / M. Taks [et al.] // ResearchGate. — Mode of access: https://www.researchgate.net/publication/261832667_Evaluating_sport_development_outcomes_The_case_of_a_medium-sized_international_sport_event. — Date of access: 25.11.2020.

А. Ю. Сирош, П. А. Бровкина
БГЭУ (Минск)

Научный руководитель — З. М. Горбылева, канд. экон. наук, доцент

ПРОБЛЕМЫ ФУНКЦИОНИРОВАНИЯ ТУРИСТИЧЕСКОЙ ДЕСТИНАЦИИ «КАМЕНЕЦ-ПРУЖАНЫ»

Развитие туристических дестинаций является одной из главных задач формирования конкурентоспособного туристического комплекса страны. Одной из наиболее перспективных для формирования туристической дестинации территорий является регион Каменец-Пружаны. Летом 2020 г. творческое объединение Равук [1] отправилось в путешествие по туристической дестинации «Каменец-Пружаны». В своем фотоотчете ребята показали заброшенные памятники истории и прекрасную белорусскую природу, построив свой фотопроект на контрастах. Фотоснимки туристической дестинации «Каменец-Пружаны» подтолкнули нас к проведению более детального анализа данной туристической дестинации и пониманию, почему столь прекрасная и перспективная дестинация теряет свое культурное богатство и почему не пользуется широким спросом среди туристов.

Одним из главных объектов дестинации «Каменец-Пружаны» является музей-усадьба «Пружанский палацки», и это вполне заслуженно. «Пружанский палацки» — единственная восстановленная усадьба стиля модерн в Беларуси. Коллекция музея составляет 1339 музейных предметов [2]. Некоторые интерьеры усадьбы были восстановлены. Усадьба имеет этнографическую коллекцию: различные предметы быта, одежду, вышивку, плетение, керамику. Открыты для посещения такие залы, как «Салон», «Цветочный зал», «Гербовый зал», «Охотничий кабинет»; зал природы, этнографический зал, три выставочных зала. На территории музея-усадьбы в настоящий момент располагается общественно-культурный научный центр. В нем проходят музыкально-литературные вечера, научные конференции по сохранению и популяризации историко-культурного наследия.

На территории туристической дестинации «Каменец-Пружаны» имеется еще одна знаковая достопримечательность — Ружанский