

размещения, разработка новых туристических маршрутов. Начало праздника — декабрь 2022 г.

В Ордынском районе области раз в 2 года проводится фестиваль им. Г. Заволокнна «Играй гармонь», одно из самых глобальных культурных событий области. Цель — популяризация самобытного народного творчества, восстановление исторической связи и преемственности поколений.

Еще одним примером событийного тура выступает Кольванский район, в котором мероприятия направлены на проведение праздников, связанных с национальными культурами, — «Рождественские колядки», «Масленица», «Сабантуй», театрализованное представление «Сорочинская ярмарка».

Успешное развитие событийного туризма во многом зависит от совместной разработки межмуниципальных программ событийных мероприятий в сфере культуры, спорта и молодежной политики, организуемых в муниципальных районах и городских округах Новосибирской области. Так, например, для поддержания и продвижения событийного туризма в регионе ежегодно проводится конкурс проектов «Сибирский тракт» в сфере событийного туризма. В основе конкурса лежит идея исторической, культурной, национальной и этнической памяти. Задача — выявить и поддержать перспективные проекты в области событийного туризма.

Таким образом, в НСО есть все условия для развития событийного туризма, специальные площадки для проведения разного рода мероприятий. Область богата природными ресурсами, которые позволяют проводить мероприятия на открытом воздухе. Событийный туризм интересен не только жителям региона, но и привлекателен для жителей других регионов, что способствует развитию внутреннего туризма.

<http://edoc.bseu.by>

*СНИЛ «Тураналитик»*

**В. М. Астрейко**

*БГЭУ (Минск)*

*Научный руководитель — Е. Ф. Волонцевич, канд. экон. наук, доцент*

## **ИНСТРУМЕНТЫ РАЗВИТИЯ ВНУТРЕННЕГО ТУРИЗМА КАК ПЕРСПЕКТИВНОГО ЭЛЕМЕНТА НАЦИОНАЛЬНОЙ ЭКОНОМИКИ**

Внутренний туризм — туристическое путешествие граждан Республики Беларусь, а также иностранных граждан и лиц без гражданства, постоянно проживающих в Республике Беларусь, в пределах территории Республики Беларусь. В 2020 г. статистика туризма показывает, что меньше всего пострадал внутренний туризм: сокращение

было в половину по сравнению с въездным и выездным туризмом, которые сократились в 3,5 раза. В 2021 г. показатели по внутреннему туризму будут гораздо выше, так как жестких ограничительных мер в стране не было и люди спокойно планировали и проводили отпуск на территории отечественных санаториев, агроусадьб и других средств размещения. В связи с перспективностью данного вида туризма в рамках Государственной программы «Беларусь гостеприимная» на 2021–2025 гг. запланирован рост потребления туристических услуг путем стимулирования внутреннего спроса.

Для стимулирования внутреннего спроса недостаточно правильной маркетинговой стратегии, сформированной на основе информации от самих потребителей. В связи с этим необходимо развивать информационные потоки при помощи инновационных технологий. Так, например, современной разработкой, применяемой за рубежом, является аналитическая платформа BITOUR, которая ориентирована на анализ туристических направлений с акцентом на использование контента и данных, созданных пользователями. Основу инструмента составляют источники данных, которые не зависят от сферы туризма, а именно: один с пространственной информацией (такой как OpenStreetMap), а другой с социальной информацией (такой как Twitter или другая соцсеть), а также Tripadvisor и Airbnb.

BITOUR позволяет интерактивно определять пункт назначения для анализа, загружая данные из различных типов источников, таких как пространственные данные или данные о мнениях, выполняя процедуры для привязки мнений к местам, идентифицируя пользователей, которые являются туристами, а также визуализируя данные на одной платформе.

Таким образом, чтобы сократить время отклика на события, сосредоточить внимание на маркетинговых кампаниях, помочь туристическим дестинациям стать еще более конкурентоспособными, могут быть проанализированы туристические тенденции. Это еще один способ приблизиться к туристам и понять их. Для Республики Беларусь данная платформа стала бы незаменимой вещью, которая позволила бы ускорить темпы вывода национальных туристических продуктов на мировой рынок. Платформа позволила бы проанализировать мнения как отечественных, так и иностранных туристов о зарубежных туристических дестинациях, принять во внимание полученную информацию и, самое главное, использовать ее в маркетинговых стратегиях.