

рическому наследию. А значит, Республика Беларусь располагает большим потенциалом для данного вида туризма.

Проведя анализ предложений по сакральной тематике на рынке туристических услуг, можно заключить, что, например, в г. Минске предложение экскурсий и туров по святыням Беларуси представлено большим количеством туристических предприятий. Однако лишь некоторая часть объектов на данный момент используется в обслуживании. Больше тех предприятий, которые предлагают программы, где храмы и монастыри играют вторичную роль, попутную. Перспективен рынок приема зарубежных гостей, которые хотели бы посетить Беларусь с целью более глубокого знакомства со своими корнями. Чтобы повысить туристическую привлекательность Беларуси, нужно знать, в каком направлении двигаться. Для совершенствования туристической индустрии в областях страны, кроме информации о том, сколько туристов их посетило, важно узнать, с какой целью каждый из них сюда приехал, что ему понравилось в области, а что нет. Это поможет определить хотя бы структуру организованного туристского потока, на основании которой уже можно будет строить какие-то прогнозы.

Чтобы резюмировать, отметим, что на территории Беларуси находится большое количество уникальных памятников, которые могут быть интересны верующим людям из разных стран мира. Однако, несмотря на большой потенциал страны и ряд продвижений в привлечении туристов в Беларусь в последние годы, этого на сегодня явно недостаточно.

*СНИЛ «Тураналитик»*

***А. Н. Рудник***

*БГЭУ (Минск)*

*Научный руководитель — Н. В. Савина, канд. филол. наук, доцент*

## **ТУР КАК ОСНОВНОЙ ВИД ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ТУРОПЕРАТОРА**

Развитие туризма является одним из приоритетных направлений социально-экономического развития Республики Беларусь. В условиях пандемии COVID-19 особое внимание следует обратить на развитие внутреннего туризма, вследствие чего разработка новых туров актуальна.

Туристический потенциал Беларуси базируется на многообразии, красоте и первозданности природы страны, уникальности историко-культурного и духовного наследия, имеющих историческую, культурную, архитектурную значимость, памятных мест, связанных с именами выдающихся деятелей мировой истории и культуры. Однако

на сегодня около 15 тыс. объектов находятся за пределами туристического пользования.

Разработкой и продвижением туристического продукта в любой его форме (тура, экскурсии) занимаются туроператоры. Тур является основным видом туристического продукта в той его форме, которая выступает на рынке туризма. Потребитель ищет здесь не отдельные услуги или товары, а наиболее оптимальное, с его точки зрения, их сочетание, предлагаемое туристическими представителями в виде конкретных туров.

Разрабатываемый предприятиями туристический продукт должен отвечать таким основным потребительским свойствам, как обоснованность, надежность, эффективность, целостность, ясность, простота в эксплуатации, гибкость, полезность. С учетом данных свойств на основе исследования историко-культурного наследия Витебской области разработан и предложен автобусный тур по местам жизни и деятельности известных персоналий под названием «То, что Витебщину красит!». Тур рассчитан на массовую аудиторию — от 14 до 20 чел., продолжительность — 40 ч, протяженность — 554 км (в обе стороны). Цель тура: способствовать формированию высоких нравственных чувств, расширить кругозор туристов, его задачи — познакомить туристов с творчеством знаменитых персоналий Витебской области и реалиями, овеянными мифами и легендами.

Маршрут тура. Тур начинается от Центрального автовокзала г. Минска, располагающегося на ул. Бобруйской, 6, где собирается экскурсионная группа. В 10 ч выезжаем в Витебск и по прибытии сразу направляемся на ул. Ленина, 16 (галерея «Стена»). Далее едем на ул. Покровскую, 11 (дом-музей Марка Шагала), после перемещаемся на ул. Калинина, 22 (музей-усадьба Ильи Репина) в Здравнево. Следующий пункт маршрута — Домжерицы, ул. Центральная, 1 (отель Serguch) — для размещения на ночлег. В 10 ч следующего дня мы отправляемся в г. Лепель, ул. Витебская. Здесь туристов ожидает увлекательная экскурсия по живописным местам, связанным с легендами, мифами и преданиями, а также встреча с белорусским Лохнеским чудовищем — Лепельским Цмоком. Это последний пункт тура, после которого туристы возвращаются в Минск.

Общие методические указания: особое внимание уделить вопросам безопасности во время туристических мероприятий; количественный и информационный объем материала подбирать в зависимости от возраста туристов; организовать питание по маршруту. Данный тур способствует расширению кругозора туристов и увеличению их заинтересованности в познании. Стараясь увлекательно осветить интересные места Беларуси (в данном случае), туроператор проделывает большую работу, начиная от замысла тура, изучения туристического потенциала дестинации, разработки маршрута и заканчивая заключением договоров с партнерами и поставщиками услуг, занимаясь продвижением и реализацией тура эффективными рекламными методами.