

студенты, абитуриенты, школьники, а также иностранные туристы, посещающие агроусадьбу ОАО «Гарант» – владельца солнечной установки. Для расширения целевой аудитории в дальнейшем необходимо разработать пакет мероприятий по продвижению данного турпродукта.

Следует заметить, что одной из главных задач данного маршрута является популяризация белорусских товаров производимых в Гомельской области, а также удовлетворение эстетических и нравственных потребностей людей, познание своего родного края, знакомство с процессами его промышленного производства.

Таким образом, мы считаем, что разработанный маршрут «Индустриальное кольцо Гомельщины» и его внедрение в туристическую деятельность области поспособствует дальнейшему развитию промышленного туризма на территории Гомельской области.

Литература

1 Особенности производственного туризма в Беларуси [Электронный ресурс] / Туристическая библиотека. – URL: http://tourlib.net/statti_tourism/pt-belarus.htm/ – Дата доступа: 17.04.2015.

2 Промышленный туризм [Электронный ресурс] / Все о туризме. – URL: http://tourlib.net/statti_tourism/prom_tourism.htm/ – Дата доступа: 17.04.2015.

ТЕНДЕНЦИИ РАЗВИТИЯ ВЪЕЗДНОГО ТУРИЗМА В ОШМЯНСКОМ РАЙОНЕ

Садовская Л.М.

Белорусский государственный университет, г. Минск

E-mail: sadovskaya_liya@mail.ru

Развитие туризма является одним из приоритетных направлений социально-экономического развития Республики Беларусь. Наша страна характеризуется низкими показателями в рейтингах по уровню развития международного туризма, как на мировом рынке, так и среди стран-соседей. Это свидетельствует о том, что международный туризм не реализует потенциального экономического влияния в нашей стране и в Гродненской области в частности. За 2012 г., например, область приняла только около 2000 организованных туристов - это самый низкий показатель в республике, что не соответствует богатому ресурсному по-

тенциалу региона. Данный факт определяет особую актуальность данного исследования.

Туризм является не только источником прибыли, но и сильным фактором роста престижа региона. Так как Ошмянский район находится в приграничной зоне и обладает неплохими рекреационными ресурсами, следует ожидать, что он будет активно посещаться туристами. В этом состоит гипотеза данного исследования, которую необходимо проверить.

Цель – исследовать возможности развития въездного туризма в Ошмянском районе.

Задачи:

1. Провести анализ состояния въездного туризма на территории Ошмянского района.
2. Определить проблемы развития туризма и найти пути их решения.
3. Предложить маркетинговые инструменты для развития туризма в пределах рассматриваемой территории.

В качестве методов исследования были использованы: метод опроса, литературный, математический, статистический, сравнительно-аналитический методы.

В ходе исследования были сделаны следующие выводы.

На территории Ошмянского района туристические услуги предлагает только один индивидуальный предприниматель, который занимается выездным туризмом. Только 8 турфирм используют объекты Ошмянского района (населенные пункты: Бенюны, Боруны, Гольшаны, Жупраны, конеферма «Гипшика») для своих маршрутов, и это однодневные поездки для жителей Беларуси, а не иностранных туристов. К сожалению, отмечается тенденция к сокращению маршрутов, проходящих через Ошмянский район.

Учет въезжающих туристов не ведется, так как они приезжают, в основном с частными целями. Для того, чтобы все-таки определить хотя бы минимальное количество иностранных туристов, въезжающих в Ошмянский район, были проанализированы статистические данные агроусадеб, гостиницы г. Ошмяны, музея им. Богушевича. Выявлено, что в год в Ошмянский район приезжает как минимум 2 300 иностранных туристов, в то время как границы Беларуси в год пересекает более 5 млн. туристов. Таким образом, можно сделать вывод, что въездной туризм в Ошмянском районе не развит.

На основе проведенного анализа, в качестве первоочередных мер по активизации туристической отрасли в Ошмянском районе предлагаются следующие мероприятия:

- усилить трансграничные связи с Литовской республикой: разработать совместные трансграничные туристические велосипедные, конные, автобусные маршруты, предлагающие посетителям знакомство с обоими государствами в ходе одной поездки;

- так как Ошмянский район богат памятниками еврейской культуры, необходимо разработать специализированные программы обслуживания туристов из Израиля, США, которые охотно покупают «ностальгические» туры;

- создать тематическую экспозицию в музее и более адресно продвигать туристический продукт для эмигрантов из Беларуси;

- ввиду того, что культурный туризм является одним из самых перспективных видов туризма на современном этапе, то проведение фестиваля «Гольшанский замок» с рыцарским турниром и театрализованным представлением, необходимо сделать ежегодным, а также уделить больше внимания его рекламе, как в Беларуси, так и в странах ближнего зарубежья;

- задействовать все маркетинговые инструменты для привлечения туристов, важнейшими из которых являются создание туристического сайта и рекламного ролика об Ошмянском районе, как для белорусских, так и для зарубежных туристов;

- создать больше печатных материалов о возможностях туризма в районе;

- разработать сувенирную продукцию: наборы красочных открыток, возможно косметическую продукцию или продукцию ведущих заводов с использованием туристических символов, которые формируют географические ассоциации;

- разработать бренд города. Территориальный брендинг направлен на улучшение имиджа города, на создание в мыслях его гостей и жителей необходимых положительных ассоциаций и образов. Для любого региона бренд также важен, как и для компании, ведь именно он является основой отношений с целевой аудиторией, формирует привязанность к географическому региону на эмоциональном уровне и лояльность к нему.