

Е. М. Еловая

*Институт подготовки научных кадров НАН Беларуси,
Минск, Беларусь, zheneva@list.ru*

ПРОДВИЖЕНИЕ ТУРИСТИЧЕСКОГО ПОТЕНЦИАЛА РЕГИОНОВ ВИТЕБСКОЙ ОБЛАСТИ В ИНТЕРНЕТЕ

Рассматривается актуальность продвижения туристического потенциала белорусских регионов на примере Витебской области. Данный вопрос наиболее важен для экономики Республики Беларусь в связи с негативными последствиями пандемии «COVID-19» для развития туризма.

Для анализа продвижения туристического потенциала регионов Витебской области в Интернете были проанализированы наиболее известные белорусские сайты и специализированные туристические порталы, а также один широко известный и пользующийся спросом со стороны отечественных и зарубежных туристов и прочих заинтересованных туристический портал.

В связи с постепенному переходу к цифровизации экономики даны практические рекомендации по созданию благоприятных условий для доступа всех заинтересованных лиц к региональной туристической информации.

Ключевые слова: *продвижение, туристический потенциал, регионы, Интернет, рекомендации*

E. Yelovaya

*Graduate School of the NAS of Belarus,
Minsk, Republic of Belarus, zheneva@list.ru*

PROMOTION OF THE TOURIST POTENTIAL OF THE REGIONS OF THE VITEBSK REGION IN THE INTERNET

The relevance of promoting the tourism potential of the Belarusian regions is considered on the example of the Vitebsk region. This issue is most important for the economy of the Republic of Belarus in connection with the negative consequences of the COVID-19 pandemic for the development of tourism.

To analyze the promotion of the tourism potential of the regions of the Vitebsk region on the Internet, the most famous Belarusian sites and specialized tourist portals were analyzed, as well as one well-known and in demand by domestic and foreign tourists and other interested tourist portals.

In connection with the gradual transition to the digitalization of the economy, practical recommendations are given on creating favorable conditions for the access of all interested parties to regional tourism information.

Keywords: *promotion, tourism potential, regions, Internet, recommendations*

В связи с постепенной цифровизацией белорусской экономики, а также с неблагоприятными последствиями пандемии «COVID-19» для развития национального туристического рынка, актуальным становится вопрос о продвижении белорусских регионов на внутренние и внешние рынки.

Представленность, узнаваемость и запоминаемость белорусских регионов в Интернете имеют первостепенное значение для развития национального туристического рынка, повышения туристического потенциала регионов, и, как итог, развитию международных внешнеэкономических связей, повышению уровня экономики и благосостояния всех заинтересованных лиц.

Для анализа представленности туристического потенциала регионов Витебской области в Интернете были проанализированы наиболее известные белорусские сайты и специализированные туристические порталы, такие как:

- <https://www.belarus.by/> – официальный сайт о Республике Беларусь;
- <https://www.holiday.by/> – туристический портал Беларуси;
- <https://vetliva.ru/> – многофункциональный сервис онлайн-бронирования и портал туристических услуг от РУП «ЦЕНТРКУРОРТ»;
- <http://globus.tut.by> – сайт-проект, где представлены архитектурные и иные достопримечательности Беларуси.

Также для анализа представления регионов Витебской области на международной арене был исследован широко известный и пользующийся спросом со стороны отечественных и зарубежных туристов и прочих заинтересованных лиц (представителей туристических операторов, агентств, местных органов, организаций сервиса и прочих физических и юридических лиц) туристический портал <https://www.tripadvisor.ru/>.

Стоит отметить, что на исследуемых туристических сайтах и порталах в рамках географического положения объектов достопримечательностей Витебской области отдельно выделяют объекты, находящиеся на территории районов и областного центра г. Витебск (отдельно от Витебского района).

При этом, представленные объекты достопримечательностей были выложены на сайты и порталы различными способами: контент-редакторами сайтов – на сайтах <https://www.belarus.by/>, <https://vetliva.ru/>, <http://globus.tut.by>, туристами и другими заинтересованными лицами (представителями туристических операторов, агентств, местных органов, организаций и прочих физических и юридических лиц) – на порталах <https://www.holiday.by/>, <https://www.tripadvisor.ru/> соответственно.

Также важно подчеркнуть, что названия объектов достопримечательностей были указаны на сайтах <https://www.holiday.by/>, <https://www.tripadvisor.ru/> в пользовательской интерпретации, т. е. в неточном топонимичном представлении названий объектов достопримечательностей. Особенно данное допущение важно при анализе сайта <https://www.tripadvisor.ru/>, где под объектами туристических достопримечательностей могут подразумеваться как историко-культурные ценности районов, так и просто культурные и пользующиеся популярностью среди местного населения места и точки районных центров (например, в Браславском районе под достопримечательностью подразумевается теннисный клуб «Дривятич» и магазин сувениров «Остров подарков» наряду с объектом историко-культурного наследия костелом Рождества Девы Марии и т. п.).

Также в силу того, что контент сайтов <https://www.tripadvisor.ru/>, <https://www.holiday.by/> является динамичным, т. е. некоторые объекты могут как добавляться, то и удаляться заинтересованными лицами, то в рамках исследования за базу мы брали те объекты достопримечательностей, которые были размещены на соответствующих информационных ресурсах на дату исследования.

Обзор и анализ туристических сайтов и порталов проводилось в период с 1 января по 28 февраля 2022 г. Количество объектов достопримечательностей, размещенных на данных сайтах, представлены в таблице.

Согласно данным, представленным в таблице, был сделан вывод, что на ведущих туристических сайтах и порталах как белорусских, так и зарубежных, районы Витебской области представлены различными типами объектов достопримечательностей.

Так, наиболее раскрыт туристический потенциал Витебской области на сайте <https://vetliva.ru/>. Из 205 достопримечательностей Витебской области, представленных на сайте, наиболее хорошо представлен Браславский район – 42 объекта, Полоцкий район – 39 объектов, а также столица – г. Витебск (29 объектов) [1].

Туристический портал <https://www.holiday.by/> содержит 163 объекта достопримечательностей Витебской области. Здесь также наиболее хорошо представлен Браславский район – 37 объектов, Полоцкий район – 24 объекта, Оршанский район – 20 объектов, г. Витебск – 22 объекта [2].

**Количество объектов достопримечательностей Витебской области,
представленных на ведущих туристических порталах и сайтах на 01.03.2022 г.**

Название района	Сайт/портал				
	https://www.belarus.by/	https://www.holiday.by/	https://vetliva.ru/	http://globus.tut.by	https://www.tripadvisor.ru/
Бешенковичский	–	–	1	5	–
Браславский	11	37	42	9	8
Верхнедвинский	–	4	5	5	–
Витебский	–	1	1	3	–
Глубокский	13	10	14	9	4
Городокский	–	–	–	5	–
Докшицкий	–	8	9	6	1
Дубровенский	–	–	–	5	–
Лепельский	8	13	14	6	8
Лиозненский	–	–	–	1	–
Миорский	8	7	8	11	1
Оршанский	8	20	21	9	10
Полоцкий	13	24	39	6	25
Поставский	6	7	9	8	4
Россонский	–	–	–	2	–
Сенненский	–	–	–	3	–
Толочинский	–	–	–	7	1
Ушачский	–	5	5	4	1
Чашникский	–	2	2	3	1
Шарковщинский	–	1	4	6	–
Шумилинский	–	2	2	5	–
г. Витебск	10	22	29	–	31
<i>Итого</i>	77	163	205	118	95

Источник: разработано автором на основе [1–5].

Было сделано допущение, что в силу того, что контент туристического портала <https://www.holiday.by/> с представленными объектами заполнялся туристами и другими заинтересованными лицами, то в силу человеческого фактора некоторые объекты и их описание были представлены 2 или 3 раза (например, на сайте <https://www.holiday.by/> объекты Костел Рождества Девы Марии в деревне Видзы в Браславском районе и Городище «Замковая гора» в Браславе были отображены 3 раза, Крестовоздвиженский собор в Полоцке – 2 раза и т. д.). Всего на сайте <https://www.holiday.by/> из 211 объектов было отобрано без повторов 163 ед.

Туристический портал <http://globus.tut.by> содержит 118 объектов достопримечательностей Витебской области. Здесь также наиболее хорошо представлен Миорский район – 11 объектов, Браславский, Глубокский, Оршанский районы – по 9 объектов. Стоит отметить, что это единственный веб-ресурс из исследуемых, на котором представлены достопримечательности из всех районов Витебской области [3].

Туристический портал <https://www.tripadvisor.ru/> содержит 95 объектов достопримечательностей Витебской области. Здесь также наиболее хорошо представлен Полоцкий район – 25 объектов, город Витебск – 23 объекта, а также Оршанский район – 10 объектов [4].

Информационно-аналитический портал <https://www.belarus.by/> содержит 77 объектов достопримечательностей Витебской области. Здесь также наиболее хорошо представлен Глубокский и Полоцкий районы – по 13 объектов, Браславский район – 11 объектов, город Витебск – 10 объектов [5].

Таким образом, можно сделать вывод, что Витебская область недостаточно хорошо представлена на ведущих белорусских и зарубежных туристических сайтах и порталах. Имеются различия в представленности районов по видам объектов их достопримечательностей. Но в целом можно отметить, что практически во всех районах преобладают историко-культурные и религиозные объекты достопримечательностей. Это означает, что при продвижении и развитии районов в Интернете на ведущих туристических сайтах и порталах важно сделать акцент на продвижении именно объектов, относящихся к историко-культурным и религиозным видам.

Также в связи с постепенному переходу к цифровизации экономики важно создать все условия для доступа всех заинтересованных лиц к региональной туристической информации. Для это необходимо:

- грамотное продвижение белорусских регионов посредством создания хорошо индексируемых в Интернете региональных туристических порталов и сайтов;
- налаживание коммуникации регионов с заинтересованными лицами в социальных сетях, блогосфере, тематических форумах, площадках и порталах;
- сотрудничество с ведущими международными порталами и сайтами (например, с booking.com);
- коммуникация и налаживание связей с ведущими мировыми туристическими агентствами и организациями (например, с Всемирной туристской организацией);
- построение эффективной региональной коммуникации среди всех заинтересованных лиц по развитию и продвижению туризма в районах;
- создание, развитие и продвижение уникальных, узнаваемых и запоминаемых заинтересованными лицами региональных туристических брендов.

Список использованных источников

1. Многофункциональный сервис онлайн-бронирования и портал туристических услуг от РУП «ЦЕНТРКУРОРТ» [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://vetliva.ru/>. – Дата доступа: 02.01.2022.

2. Туристический портал Беларуси [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.holiday.by/>. – Дата доступа: 02.01.2022.

3. Сайт-проект, где представлены архитектурные и иные достопримечательности Беларуси [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://globus.tut.by>. – Дата доступа: 02.01.2022.

4. Международный туристический портал [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.tripadvisor.ru/>. – Дата доступа: 02.01.2022.

5. Офиц. сайт о Республике Беларусь [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.belarus.by/>. – Дата доступа: 02.01.2022.