

Результаты исследования могут быть использованы для разработки программ обучающих курсов, тренингов, направленных на коррекцию поведения работников гостиничных предприятий, формирование у персонала навыков взаимодействия в поликультурной среде, что будет способствовать получению более глубоких знаний о туристах, а, следовательно, позволит повысить уровень их обслуживания.

1. Сборник психологических тестов: пособие. Ч. I / сост. Е. Е. Миронова – Минск: Женский ин-т ЭНВИЛА, 2005. – 155 с.

2. Сухов, А. Н. Прикладная социальная психология / А. Н. Сухов, А. А. Деркач. – М.: МОДЭК; 1998. – 600 с.

3. Фетискин, Н. П. Социально-психологическая диагностика развития личности и малых групп / Н. П. Фетискин, В. В. Козлов, Г. М. Мануйлов. – М.: Изд-во Ин-та психотерапии, 2002. – 490 с.

УДК 338.48-6:502/504(430+476)

Козловский З.Ф.

Белорусский государственный университет физической культуры

Козловская Н.А.

Белорусский государственный технологический университет
Республика Беларусь, Минск

Kozlovsky Z.

Belarusian State University of Physical Culture

Kozlovskaja N.

Belarussian State Technological University
Republic of Belarus, Minsk

К ВОПРОСУ ОБ ЭКОЛОГИЧЕСКОМ ТУРИЗМЕ ГЕРМАНИИ И БЕЛАРУСИ

В статье особое внимание уделено становлению и развитию экологического туризма в Германии и Беларуси. Экологический туризм рассматривается с точки зрения его важности в жизни граждан этих стран и в развитии их экономик. Здесь представлена история зарождения и современное состояние туризма, выделены особенности отношения немцев и белорусов к экологии своих стран.

Ключевые слова: экология; окружающая среда; туризм; экологический туризм; экономическая целесообразность; национальный парк.

TO THE QUESTION ABOUT ECOLOGICAL TOURISM OF GERMANY AND BELARUS

The article focuses on the establishment and development of environmental tourism in Germany and Belarus. Ecological tourism is considered from the point of view of its importance in the lives of citizens of these countries and in the development of their economy. Here the history of origin and the current state of tourism is presented, features of the attitude of Germans and Belarusians to the ecology of their countries are highlighted.

Keywords: ecology; environment; tourism; ecological tourism; economic viability; national park.

Экологический туризм – это форма путешествий, целью которой является как можно меньшее воздействие на окружающую среду, знакомство с природой и адаптация к местным культурным условиям. Соответственно, этот вид туризма должен сохранять природные ресурсы, а не наносить вред природе, как при массовом туризме.

Все больше туристов, которые посещают Германию и Республику Беларусь или непосредственно проживают на территории этих стран, выбирают экологический туризм как форму сознательного путешествия. Проведение отпуска без автомобиля становится все более популярным трендом. Путешественники, которые предпочитают эту форму отдыха, сосредотачиваются на устойчивости, защите окружающей среды и природе. Конкретно это означает, что люди путешествуют ответственно, принимая во внимание местное население и природу.

Экологически ориентированное мышление впервые появилось в туризме в середине 1960-х годов. Получившийся в результате этого термин «экотуризм» понимался как форма экологически и социально ответственного путешествия в природные районы, которое защищает окружающую среду и способствует благополучию местного населения.

Немецкий экотуризм зародился в альпийском горном массиве Берхтесгаден и связан с Королевским озером, где был введен запрет на использование старых весельных лодок, которые заменили электрическими судами. Именно этот маленький озерный флот и стал тем предвестником экологического туризма, который получил распространение по всей территории Германии.

В настоящее время альпийский регион Баварии является одним из крупнейших туристических регионов Германии. Но как здесь совмещаются отдых, экономика и охрана природы? Вероятно, нет такого туризма, которым все действительно довольны. Но как на практике примирить различные потребности путешествующих, не причиняя слишком много страданий природе, совместив путешествия экологически и социально, что сводит к минимуму негативное воздействие на людей и окружающую среду. В то же время доходы местного населения не должны падать и быть обеспечены.

Большая часть туристов предпочитает передвигаться на экологических видах транспорта, таких как поезд. Также для передвижения в рамках экологического туризма используются рейсовые автобусы и велосипеды, что значительно умень-

шает нагрузку на окружающую среду. Подобная политика позволяет Германии продемонстрировать всему миру, что защита окружающей среды рассматривается основным приоритетом в развитии туризма в стране [1].

Особенно вредный для окружающей среды вид спорта, езда на снегоходах, является запретным. Предполагается, что другие виды досуга, такие как альпинизм или катание на лыжах, не оказывают такого негативного влияния на окружающую среду.

Хозяева гостиниц все чаще покупают продукты у местных фермеров. В свою очередь, фермеры гарантируют наилучшее качество и подвергаются экологическому контролю. Местные молочные заводы производят почти все обычные молочные продукты на месте. На «сырных пешеходных маршрутах» туристы могут исследовать альпийские деревенские молочные заводы. Многие фермеры продают свою продукцию прямо с фермы и организуют рынки. Отели и предприятия общественного питания нанимают квалифицированный местный персонал вместо дешевых сезонных рабочих. Для туристов организуют пешие походы с гидом либо велотуры, есть возможность полюбоваться окрестными лесами и горными вершинами и не нарушать покой живущих здесь зверей и птиц [1]. Таким образом, несмотря на значительный поток посетителей, местным жителям удастся сохранить образ жизни и продвигать экологический туризм, не нанося вреда экосистемам региона.

В северной части страны наиболее популярна Померания. Несколько лет назад в северных землях было положено начало масштабной акции «лесных акций». Каждый приезжающий на территорию Померании должен символически купить дерево. Так создается «климатический лес». Стоимость одной лесной акции – 10 €. При этом рассчитывается, что одно дерево способно поглотить выбросы CO₂, которые создает семья за две недели своего отпуска. Посадить купленное дерево можно собственными руками. «Акации» пользуются спросом – только в 2015 году посажено 7,5 га новых «климатических лесов» [2].

Кроме защиты лесов, экотуризм в Германии распространяется и на деятельность всех участников индустрии туризма. Наиболее неэкологичными субъектами являются отели, поэтому в них устанавливают энергосберегающие приборы. Мазутные отопительные системы заменяют на современное блочное отопление, что позволяет значительно сократить выбросы CO₂.

Потенциал Республики Беларусь заключается в том, что многие природные экосистемы сохранились нетронутыми. Благодаря уникальной природе с древними лесами и болотами, чистыми озерами и реками, а также удивительным разнообразием флоры и фауны, Беларусь – особенная страна для любителей экологического туризма.

Беловежская пуца, Браславские озера, Березинский биосферный заповедник, Национальные парки «Припятский» и «Нарочанский» уже стали туристическими брендами. Но вместе с ними богатыми ресурсами для организации экотуризма обладают и многочисленные заказники.

Наряду с основными направлениями экотуризма в Беларуси, такими как наблюдение за дикими животными, фотоохота; сплавы на байдарках, плотах; экскурсии по экотропам в заповедники и на болота; экскурсии на мусороперерабатывающие заводы, появляются и новые направления, такие как тропление следов диких животных, обучение дайвингу, бердвотчинг.

Экотуризм в Беларуси есть, и интерес к нему заметно растет. Самый многочисленный сектор в экологическом туризме – это сплавы на байдарках. Все большую популярность приобретают и походы по болотам. Туристы могут ходить на болотоступах и учиться дайвингу в ГПУ «Ричи», сплавать на плотах в республиканском заказнике «Днепро-Сожский». В планах Березинского биосферного заказника – организация путешествий по верховым болотам. И когда туристы во время пребывания на туристическом маршруте не встречают ни одного постороннего человека, можно утверждать, что они попали в дикую природу, и этот турпродукт действительно уникален. Так как у наших соседей – Эстонии и Латвии – инфраструктура национальных парков, в которых есть верховые болота, развита значительно лучше, при наличии моря туристический бренд этих стран не связан с болотами. Поэтому у Беларуси есть шанс захватить новое, еще никем не занятое направление [3].

Кроме того, благодаря наличию в Беларуси относительно нетронутых природных территорий, среди туристов – особенно иностранных – популярны туры с наблюдением за птицами. И ради наших редких птиц бердвотчеры со всего мира готовы лететь, платить существенные суммы денег, чтобы увидеть редких птиц в естественной среде обитания, что также является преимуществом Беларуси, которым необходимо воспользоваться, используя рекламно-информационные средства продвижения.

Национальным парком «Браславские озера» разработан интереснейший маршрут «Бобровое сафари». Разработчики маршрута уверяют, что на данном маршруте туристы могут встретиться с животными в их естественной среде обитания. Это единственные звери, которые с помощью плотин могут изменять рыбную фауну и различных беспозвоночных на участке обитания, менять ландшафт береговых линий, затапливать территории.

К сожалению, к настоящему времени в Беларуси не получил должной популярности въездной туризм, хотя богатая в природном плане наша страна может и должна привлекать любителей активного отдыха. Основной причиной слабого развития этого сектора туристической сферы является то, что не на должном уровне находится туристическая инфраструктура и сервисное обслуживание туристов, особенно в сельской местности. Среди отдыхающих в агроусадьбах только около 20 % иностранных туристов [4].

Заключение. Таким образом, в Германии и Беларуси создается устойчивая тенденция превращения экологического туризма в устойчивый вид туризма, который станет основой для развития иных видов туризма. Подобная направленность на охрану собственной природы позволяет получить значительный как

экономический, так и социальный эффект, а осознание ценности природы и важности ее защиты и охраны, которое приходит в процессе развития экотуризма, – залог будущего устойчивого развития наших стран.

1. Кринов, Э. Л. Экологический туризм, как основа экономики отдельных регионов Германии. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://cyberlenin-ka.ru/article/n/ekologicheskij-turizm-v-germanii>. – Дата доступа: 29.03.2020.

2. Рауткина, Л. В. Опыт развития сферы туризма в Германии и возможности его использования в России: дис. ... канд. экон. наук: 08.00.14 / Л. В. Рауткина. – М., 2010. – 198 л.

3. Удовенко, И. Развитие – зеленого туризма и рекреационного потенциала регионов Беларуси / И. М. Удовенко, Т. В. Шимко // Экономический бюллетень НИЭИ Министерства экономики Республики Беларусь. – 2012. – № 4 (178).

4. Въездной туризм: как привлечь иностранцев в Беларусь [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://agrotour.biz/agronews/274-vezdnoy-turizm-kak-privlech-inostrancev-v-belarus.html>. – Дата доступа: 30.03.2020.

УДК 339.138:004.738.5

Колодник Т.Д.

Чернявская Т.Г.

Белорусский государственный университет физической культуры
Республика Беларусь, Минск

Kolodnik T., Chernyavskaya T.

Belarusian State University of Physical Culture
Republic of Belarus, Minsk

ТЕХНОЛОГИИ BIG DATA В УПРАВЛЕНИИ МАРКЕТИНГОМ

В материале анализируются понятие Big Data, особенности интеграции технологий Big Data и управления маркетингом. Использование технологий больших данных рассматривается как инструмент для маркетинговой аналитики и повышения эффективности управления интернет-маркетингом.

Ключевые слова: технологии Big Data; интернет-маркетинг; аналитика.

BIG DATA TECHNOLOGIES IN THE MANAGEMENT OF MARKETING

The material analyzes the concept of Big Data, especially the integration of Big Data technologies and marketing management. The use of Big Data technologies is considered as tools of marketing analytics to enhance the effectiveness of Internet marketing management.

Keywords: technologies Big Data; internet-marketing; analytics.

Совершенствование управления маркетингом можно анализировать как стремление к успешному решению экономических задач, получению прибыли и