

ИНФОРМАЦИОННАЯ ДОСТУПНОСТЬ ТУРИСТИЧЕСКОЙ ДЕСТИНАЦИИ «ИТАЛИЯ» INFORMATION AVAILABILITY OF A TOURIST DESTINATION “ITALY”

Евсеева В., Институт туризма Белорусского государственного университета физической культуры,
Республика Беларусь

Yevseeva V., Institute of Tourism of Belarusian State University of Physical Culture, The Republic of Belarus
Научный руководитель: кандидат геолого-минералогических наук, доцент Штефан Л.В.

В статье рассмотрена информационная доступность туристической дестинации «Италия». Рекламные материалы о дестинациях являются важнейшим механизмом формирования спроса на то или иное туристическое направление.

Италия – одна из древнейших стран мира и в тоже время это сравнительно молодое государство, появившееся на политической карте лишь немногим более ста лет назад после окончательного объединения в 1871 г. существовавших ранее на его территории отдельных герцогств и королевств. Ныне это крупное капиталистическое государство, входящее в «большую семерку стран Запада».

Лицо страны сильно изменилось за последнее столетие. Славу современной Италии создают не только прекрасные средиземноморские пейзажи, белоснежные пики Альп, апельсиновые рощи Сицилии, виноградники Тосканы и Лацио, не только золотые россыпи бесчисленных памятников многовековой итальянской культуры, но и выпускаемые в стране автомобили, продукция химической промышленности, модная одежда и обувь, популярные во всем мире кинофильмы [1].

Море, солнце, вино, пицца, опера, Колизей, гостеприимные, веселые люди... Италия традиционно привлекает туристов со всего мира, несмотря ни на какие глобальные проблемы. Что же мешает этому региону окончательно занять лидирующую позицию на туристическом рынке? Возможно, достаточная удаленность от Беларуси, немаленькая цена или недостаточная информированность наших туристов об этом удивительном регионе. Попытаемся выяснить. Воспользуемся традиционными методами маркетинговых исследований, в частности, изучим информированность об Италии потенциальных путешественников из Беларуси.

Для этого нам потребовались ответы на следующие вопросы: в какой степени освещены в публикациях те или иные составляющие рекреационной сферы? насколько равномерно освещены разные регионы Италии? дает ли существующая информация возможность составить впечатление об Италии и разных ее регионах, понять, какие рекреационные услуги предлагаются, выяснить уровень цен?

Мы проанализировали освещенность туристического региона «Италия» в прессе (неспециализированные, специализированные периодические издания, рекламные материалы) и в сети Интернет. Анализ месячного объема неспециализированных периодических изданий был проведен на предмет содержания в них информации об Италии. Из 15 неспециализированных популярных периодических изданий лишь в одном журнале («Лиза») содержались сведения о дестинации. Но это была статья о «стране истории и апельсинов», она не содержала ни каких-либо справочных сведений, ни карты. Анализ информации об Италии в сети Интернет по ключевым словам показал следующее количество ссылок: «Италия отдых 2013» – примерно 27,3 млн; «Италия транспорт» – примерно 289 млн; «Италия размещение» – примерно 21,8 млн; «Италия питание» – примерно 1310 млн; «Италия экскурсии» – примерно 20,2 млн. Проанализировав отзывы туристов об отдыхе в Италии, мы пришли к выводу, что положительных отзывов около 90 %, а отрицательных – 10 %.

Также мы проанализировали содержание рекламных объявлений об Италии, которые размещают туристические организации Минска в специализированных изданиях, и разделили их на информативные, частично информативные и неинформативные (таблица 1). Оказалось, что далеко не вся реклама содержит необходимую информацию об отдыхе и туристических услугах в дестинации. Хуже всего освещены транспортные услуги по Италии. Основной упор делается на пляжный, экскурсионный и гастрономический туризм. Услуги размещения, напротив, освещены достаточно хорошо: имеется много предложений от семейных пансионатов, коттеджей, отелей и др. Также очень популярны предложения индивидуальных туров.

Таблица 1 – Содержание рекламных объявлений о дестинации «Италия» в специализированных изданиях от туристических организаций

Информативные	Частично информативные	Неинформативные
1. Sunny Travel (информация по регионам, места размещения, транспорт, цены, телефоны) 2. Топ-Тур (Размещение, количество дней, цены, телефоны)	1. Sakub (цены, скидки, телефоны) 2. ГалилеоТур (цены, телефоны) 3. Одиссея тур (краткая информация, телефоны)	1. ЭкологияТур (название региона, телефоны) 2. АлатапТур (название региона, телефоны)

Информация, существующая в сети Интернет, дает возможность составить впечатление об Италии, выбрать место отдыха, транспорт, узнать уровень цен и т. д. Чуть хуже обстоят дела с печатными изданиями, из них можно получить скорее общую информацию об Италии, что вполне может способствовать формированию желания посетить эту страну. Рекламные объявления содержат информацию о транспорте, ценах, скидках, но не об Италии как туристической дестинации.

Проанализировав информацию, содержащуюся в различных информационных источниках, можно сделать вывод о том, что Италия как туристическая дестинация освещена достаточно хорошо, хотя есть и проблемы. В сети Интернет можно найти много информации для принятия решения об отдыхе, но в печатных изданиях – и специализированных, и неспециализированных – Италия освещена не так широко. А ведь далеко не все потенциальные туристы выбирают место отдыха, пользуясь информацией, полученной в сети Интернет.

1. Бессараб, Д. А. География международного туризма: Туристическое страноведение: пособие / Д. А. Бессараб, Л. В. Штефан. – Минск: ТетраСистемс, 2011. – 144 с.

ТУРИСТИЧЕСКИЙ ПОТЕНЦИАЛ ПОЛЕССКОГО РАДИАЦИОННО-ЭКОЛОГИЧЕСКОГО ЗАПОВЕДНИКА

TOURIST POTENTIAL OF POLESSKI RADIATION-ECOLOGICAL RESERVE

Егорченко О., Институт туризма Белорусского государственного университета физической культуры, Республика Беларусь

Yegorchenko O., Institute of Tourism of Belarusian State University of Physical Culture, The Republic of Belarus

Научный руководитель: преподаватель Колтаченко А.И.

В статье раскрываются перспективы развития Полесского радиационно-экологического заповедника, а также рассматриваются вопросы привлечения туристов в данный регион.

Республика Беларусь – молодое государство с богатой древней историей, расположенное в центре европейского континента на пересечении оживленных транзитных путей (Западная Европа – Россия и Балтия – Причерноморье). Богатством страны являются ее леса, покрывающие около 36 % территории страны, большое количество озер, разнообразный животный мир. Беларусь обладает уникальными ресурсами для организации познавательного, экологического и культурного туризма. Многие природные объекты нашей страны превосходят подобные в странах Европы.

Уникальным местом является Полесский радиационно-экологический заповедник (ПГРЭЗ), созданный на крайнем юго-востоке Беларуси в зоне обязательного отселения в целях наблюдения за развитием природных комплексов в условиях повышенной радиации. Заповедник может стать интереснейшим туристическим объектом нашей страны.

Создан он был 12 ноября 1986 года и является крупнейшим на территории Республики Беларусь, а также единственным в своем роде на всей планете. Расположен на землях Хойникского, Брагинского и Наровлянского районов Гомельской области [1]. На территории находятся 96 покинутых населенных пунктов, где до аварии проживало более 22 тысяч жителей.

По главной реке Полесья – Припяти, пересекающей заповедник с северо-запада на юго-восток и придающей ему особую привлекательность, можно проводить водные маршруты. В ходе путешествия туристы увидят всю красоту и уникальность природы Беларуси, ведь растительный мир заповедника многообразен и составляет около 2/3 видового состава растений страны.

На протяжении маршрута можно встретить очень редкое водное насекомоядное растение – альдрованду пузырчатую, увидеть красивейшую и редчайшую орхидею умеренного пояса – венерин башмачок. На болотах, лугах или лесных опушках можно найти множество редких растений, например касатик сибирский и гладиолус черепитчатый.

Большое разнообразие растительного мира можно объяснить тем, что заповедник расположен на заболоченных водосборных территориях реки Припять. Кроме того, в нем находится очень много небольших озер – около трехсот.

Не менее богат и разнообразен животный мир заповедника. В периоды миграции (весной и осенью) на территории заповедника скапливается большое количество хищных птиц, а 40 видов животных относятся к редким и исчезающим.