



Рисунок 2 – Огинский канал

### Список использованных источников

1. Водный кодекс Республики Беларусь [Электронный ресурс] : 30 апр. 2014 г., № 149-З : принят Палатой представителей 2 апр. 2014 г. : одобр. Советом Респ. 11 апр. 2014 г. : в ред. Закона Респ. Беларусь от 17.07.2017 г. // ЭТАЛОН. Законодательство Республики Беларусь / Нац. центр правовой информ. Респ. Беларусь. – Минск, 2018.
2. Мешик, О. П. Мелиорация земель как фактор сохранения историко-культурного наследия Полесского региона / О. П. Мешик // Реставрация историко-культурных объектов в Брестской области как сохранение культурного наследия Республики Беларусь : сборник статей науч.-техн. семинара, УО «Брестский государственный технический университет», г. Брест, 25 сентября 2019 г. ; редкол. : Э. А. Тур [и др.]. – Брест : Издательство БрГТУ, 2019. – С. 48–50.
3. Схема водного пути Огинского канала [Электронный ресурс] – Режим доступа: [http://history-belarus.by/pages/places/oginski\\_channel.php](http://history-belarus.by/pages/places/oginski_channel.php). — Дата доступа: 28.03.2021.

УДК 551.492

## ИСПОЛЬЗОВАНИЕ ГЛОБАЛЬНЫХ ИНФОРМАЦИОННЫХ РЕСУРСОВ В ПРОДВИЖЕНИИ САНАТОРНО-КУРОРТНЫХ ПРОДУКТОВ ГРОДНЕНСКОЙ ОБЛАСТИ

**Кирильчук С. И.**

Учреждение образования «Брестский государственный университет имени А. С. Пушкина», г. Брест, Республика Беларусь, sveta.kirilchuk.99@gmail.com

**Научный руководитель – Сидорович А. А., к. г. н., доцент**

*This article provides investigation the possibilities to use as many ways as possible to promote spa services on the Internet. Promotion of health resort organizations in the market of medical and health services is one of the most important marketing tasks to bring services and their benefits to potential clients.*

При переходе санаторно-курортного хозяйства на рыночные отношения возникла необходимость в применении в управленческой деятельности комплекса маркетинговых инструментов.

Одним из ведущих методов продвижения на сегодняшний день выступает реклама в сети Интернет, которая также представляет собой основной носитель информации. По официальным данным глобального отчета Digital 2020, на начало 2020 года более 4,5 миллиарда людей используют сеть Интернет, а аудитория социальных сетей насчитывает более 3,8 миллиарда [1]. Исходя из этого, можно сделать вывод, что способы продвижения услуг через сеть Интернет являются достаточно эффективными благодаря большому охвату населения.

Наряду с традиционными средствами рекламы, реклама в сети Интернет обладает следующими преимуществами:

- низкая себестоимость;
- возможность наглядного представления объекта продвижения;
- интерактивность, результатом которой является активизация воздействия на конечных потребителей;
- значительная мобильность интернет-пользователей;
- возможности фокусировок на потребностях и запросах потребителей;
- высокая степень взаимодействия с интернет-пользователями, что дает большие возможности для увеличения охвата аудитории и степени их вовлеченности.

Осуществлять интерактивный обмен информацией с потенциальными потребителями санаторно-курортные организации могут следующими способами:

- веб-форумы и конференции;
- интернет-мессенджеры (включая WhatsApp, Viber, Telegram);
- обратный звонок;
- системы электронных платежей;
- голосования и опросы;
- интерактивный 3D-тур по санаторию;
- социальные медиа;
- электронная почта;
- мультимедийные хостинги;
- фирменные приложения для современных мобильных платформ.

В настоящее время приобретение путевок в санаторно-курортные организации редко обходится без посещения потенциальным покупателем сайта санатория, поэтому его наличие имеет большое значение для работы организации. Все санаторные организации Гродненской области имеют свой веб-сайт, который считается основной формой интернет-продвижения и выполняет не только функции активизации продаж, но и имиджевые функции.

Другой формой привлечения потенциальных потребителей может быть разработанное для мобильных устройств фирменное приложение санаторно-курортной организации. Ни один санаторий Гродненской области не имеет мобильного приложения, несмотря на то, что в нем можно разместить множество удобных функций как для потенциального клиента, так и для самой организации. С помощью современного мобильного приложения можно получить и использовать следующий функционал на мобильном устройстве:

- о санатории, то есть, получить общую информацию о санатории: его специализации, месте расположения, маршрутах, реквизитах;
- услуги санатория – ознакомиться со всем ассортиментом услуг;
- размещение и питание;

- лечение – ознакомиться со всеми видами лечения в санатории;
- дополнительные услуги и многое другое.

Современные тренды в области разработки информационных технологий не остаются без внимания и со стороны санаторно-курортных организаций. Одной из главных перспективных разработок за последние несколько лет было создание новых инструментов в области интернет-продвижения: мультимедийные хостинги (YouTube.com), социальные медиа (fb.com, vk.com, twitter.com, instagram.com и др.), интернет-мессенджеры (WhatsApp, Viber, Telegram и т. д.) и другие.

Один из самых популярных мультимедийных хостингов, который используется санаторно-курортными организациями в качестве площадки для продвижения услуг, является «YouTube». На данной интернет-площадке [2] размещены обзорные видеоролики про каждый санаторий Гродненской области, что дает возможность потенциальным клиентам увидеть санаторий своими глазами, а также ознакомиться с ассортиментом предлагаемых санаторно-курортных услуг [2].

В настоящее время наблюдается устойчивая тенденция возрастания роли социальных медиа в продвижении санаторно-курортных продуктов. К ним чаще всего относят традиционные социальные сети, прежде всего, Facebook, VKontakte, Instagram и другие.

Только 4 из 11 санаторных организаций Гродненской области продвигают свои услуги с помощью социальных сетей: «Озёрный», «Жемчужина», «Альфа-Радон» и «Радуга» [3].

Широкую популярность в современном обществе получили интернет-мессенджеры, благодаря крайне быстрому росту числа поддерживаемых устройств, простоты и дешевизны предоставления услуг. Эффективным инструментом для взаимодействия с потенциальными клиентами через интернет-мессенджеры являются чат-боты. Чат-боты сами общаются с пользователями в определенном диалоговом окне, выбирают ответы из базы данных и реагируют на некий набор команд (например, /start, /news, /price, /feedback и прочее).

Своего чат-бота в тестовом режиме запустил санаторий «Альфа-Радон» [4]. Отдыхающие могут ознакомиться с последними новостями санаториев и узнать о новых предложениях. Однако на данный момент он малоизвестен и играет незначительную роль в продвижении санаторно-курортных услуг организации.

Для того чтобы турпродукт санаторно-курортных организаций Гродненской области был конкурентоспособным не только на отечественном, но и на зарубежном рынке лечебно-оздоровительного туризма, здравницам необходимо задействовать как можно больше современных способов продвижения услуг в сети Интернет. Усовершенствование рекламы и использование новейших инструментов продвижения создаст благоприятный имидж санаторно-курортной организации и обеспечит активную покупательскую реакцию целевых групп потребителей.

Таким образом, стабильное функционирование санаторно-курортных организаций Гродненской области зависит от их деятельности в области продвижения и адаптивности к изменяющимся условиям санаторно-курортной сферы.

#### **Список использованных источников**

1. Компания по внедрению новых технологий WesternDigital [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.westerndigital.com/>. – Дата доступа: 10.03.2021.
2. Видеохостинг [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.youtube.com/>. – Дата доступа: 10.03.2021.

3. Все санатории Беларуси [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.sanatorii.by/>. – Дата доступа: 10.03.2021.
4. Интернет-мессенджер [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://web.telegram.org/#/im?p=@alfaradonlive/>. – Дата доступа: 10.03.2021.
5. Республиканский центр по оздоровлению и санаторно-курортному лечению населения Республики Беларусь [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://rco.by/>. – Дата доступа: 10.03.2021.
6. Электронный учебно-методический комплекс для студентов географического факультета специальности «Туризм и гостеприимство», по дисциплине ТУРИСТСКО-ОЗДОРОВИТЕЛЬНАЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://tod.freesafety.info/>. – Дата доступа: 10.03.2021.

УДК 551.438.5(476.7)

## ТУРИСТСКО-РЕКРЕАЦИОННЫЙ ПОТЕНЦИАЛ ТЕХНОГЕННЫХ ГЕОЛОГО-ГЕОМОРФОЛОГИЧЕСКИХ ОБЪЕКТОВ БЕЛАРУСИ

**Кононенко А. П.**

*Учреждение образования «Брестский государственный университет имени А. С. Пушкина», г. Брест, Республика Беларусь, <http://www.brsu.by>*

**Научный руководитель – Грибко А. В., к. г. н., доцент**

*The article is about tourist and recreational potential of technogenic geological and geomorphological objects in Belarus. The goal this article is to consider the problems, prospects and modern use of technogenic geological and geomorphological objects in Belarus.*

Актуальность темы обусловлена необходимостью анализа туристско-рекреационного потенциала техногенных геолого-геоморфологических объектов Беларуси и использование их туристами.

Цель – рассмотреть проблемы, перспективы и современное использование техногенных геолого-геоморфологических объектов Беларуси.

Туризм и рекреация – понятия, которые представляют собой интересные направления и могут иметь развитие даже в рамках определенной страны.

Преобладающая часть техногенного рельефа была создана целенаправленно, небольшая же его доля появилась как побочный результат решения хозяйственных и других задач [1].

В Беларуси значительный туристско-рекреационный потенциал имеют следующие техногенные геолого-геоморфологические объекты: меловые карьеры (Красносельские, Любанские, Климовичские, Гродненские – «Синька» и «Зеленка», «Пышки», «Кабакы» в Березовском районе, Кричевские), гранитные карьеры – Микашевичский, Глушковичский и карьер «Надежды».

Перспективным техногенным геолого-геоморфологическим туристско-рекреационным объектом являются Солигорские терриконы.

В туризме Беларуси могут использоваться и используются исторические и со-