

Также в маркетинге для B2B-сегмента рынка особенно важно формирование уникального торгового предложения (УТП). Каждый менеджер по продажам должен знать, как его компания выделяется среди конкурентов и что именно ее выгодно отличает.

Для принятия решения корпоративному клиенту характерен повышенный уровень требовательности к наличию технического обоснования. Особо действенным является техническое обоснование, подкрепленное объективными расчетами, замерами, инструментальной экспертизой, автоматически зафиксированными протоколами тестирования и другими объективными данными.

Главной чертой является имиджевая составляющая компании. Во всех корпоративных материалах, таких как отчеты, проспекты должен прослеживаться единый стиль и присутствовать непротиворечивость информации. Белорусское население, не привыкшее к распространенному за рубежом метафорическому рекламному языку со сложной логикой и ассоциативными связями, предпочитает незатейливый стиль, простую логику, не требующую больших мыслительных усилий, конкретный вывод и рекомендации. Например, «Serge»: «Мы делаем натуральное красивым»; «Кедровый бальзам»: «Здоровые зубы и десны»; «Алея»: «Это мое масло». Белорусские фирмы-производители, концентрирующие свои усилия на потребителей с низкими и средними доходами, успешно используют для привлечения внимания к торговым маркам яркие, вызывающие цвета (мобильные операторы «МТС» и «А1», использующие обилие вызывающего красного цвета в своем фирменном стиле).

Для качественной разработки и реализации маркетинговой стратегии современным B2B-компаниям следует отслеживать и учитывать обозначенные тенденции. Однако только половина предприятий имеет адаптивный сайт (сайт, визуально подстраивающийся под разные размеры экрана устройства пользователя).

Литература

1. DIGITAL 2021: the latest insights into the «state of digital». – Режим доступа: <https://wearesocial.com/blog/2021/01/digital-2021-the-latest-insights-into-the-state-of-digital>. – Дата доступа: 15.03.2021.
2. Субъективный рейтинг белорусских брендов в соц. сетях. Версия академии Rocket. – Режим доступа: <https://marketing.by/mnenie/samyu-subektivnyy-reyting-belaruskikh-brendov-v-sotssetyakh-versiya-akademii-rocket/>. – Дата доступа: 15.03.2021.
3. Список компаний – услуги создания и разработки Web-сайтов. – Режим доступа: <https://by.kompass.com/a/услуги-создания-и-разработки-web-сайтов-и-продающих-страниц-landing/5793008/>. – Дата доступа: 15.03.2021.
4. Беларусь: рейтинг PR-агентств. – Режим доступа: <https://wadline.ru/public-relations/by>. – Дата доступа: 15.03.2021.

ЭКОЛОГИЧЕСКИЙ ТУРИЗМ: ПРОБЛЕМЫ И ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ В РЕСПУБЛИКЕ БЕЛАРУСЬ

М. А. Судома

Учреждение образования «Гомельский государственный технический университет имени П. О. Сухого», Республика Беларусь

Научный руководитель Е. Н. Карчевская

На сегодняшний день среди людей начинает приобретать популярность экологический туризм. Такой вид отдыха пока еще довольно новый, однако все больше и больше туристов начинают им интересоваться. Подобное любопытство можно легко объяснить – человечество начало предпочитать отдых на территории живой и нетронутой заводами природы.

Проводить больше времени в нетронутых уголках природы сейчас становится не только полезно, но и модно. Вместо путешествий в жаркие страны люди все чаще начинают выбирать отдых вместе со своей семьей на территории каких-либо заповедников, лесных чащ или же гор. Преимущества данного отдыха достаточно легко выделить, так как из-за условий жизни нам довольно сложно наслаждаться живой природой. Большая часть населения работает в офисах, после которых, вдыхая дым заводов и вредных газов машин, возвращается домой. Не удивительно, что многие из них после трудовых будней предпочтут соединиться с природой.

Экологический туризм – это направление туризма, предполагающее посещение территорий, не затронутых антропогенным воздействием. Целью поездок является получение информации о природе посещаемого региона, знакомство с культурой, этнографией, археологическими и историческими достопримечательностями. Основная задача экотуризма заключается в сохранении в первозданном виде уникальных ландшафтов и воспитании у людей бережного отношения к природе.

Впервые понятие «экотуризм» было использовано ученым из Мексики Эктором Себальосом-Ласкурайном в начале 80-х гг. прошлого века. Термин означал, что экология и туризм должны находиться в гармонии. Эколог предлагал сделать упор не на активные формы рекреации, а на путешествия, объектами которых станут сохранение экосистемы, созерцание природы и поддержание культурного наследия посещаемых областей.

Экологический туризм охватывает обширный сектор отрасли – от однодневного отдыха за городом и небольших экскурсий для школьников до многодневных трекингов. По роду занятий выделяют три вида экотуризма:

1. *Научный экологический туризм.* Экспедиции ученых, практика студентов в заповедниках, полевые исследования с привлечением волонтеров.

2. *Познавательный экотуризм.* Туры к палеонтологическим достопримечательностям, этнографические поездки, фотоохота.

3. *Рекреационный туризм.* Активный отдых: конные, пешие, велосипедные походы, альпинизм, рафтинг, сплав по рекам. Пассивный отдых: пикники, пребывание на базах и в палаточных лагерях с изучением окрестностей.

Выделение типов экологического туризма по определенным критериям достаточно условно. Большинство туров совмещают познавательный и рекреационный отдых. Маршруты проходят по особо закрытым (заказники, заповедники) или окультуренным территориям (паркам, сельским районам).

Сплавы на байдарках в Беларуси являются одним из самых популярных видов активного отдыха. Являются лучшим способом спрятаться от городской суеты и проблем и окунуться в атмосферу спорта, драйва, энергии и полного умиротворения с красотами природы. В Беларуси организуют сплавы на байдарках на следующих реках: Яршовка, Сула, Нарочанка, Вилия, Неман, Гайна.

Зачастую случается так, что все обычные развлечения надоедают и хочется чего-то, что подарит новые незабываемые ощущения. Кому-то может показаться, что пешие походы – это скучно, но не спешите с выводами. Пешие туристические походы – это один из лучших видов отдыха для человека любой профессии, любого возраста и социального статуса. Здесь вам не составят «индивидуальную программу развлечений» – вы сами увидите то, что больше всего вас порадует. Вы можете принять участие в краткосрочном туристическом пешем походе выходного дня и отдохнуть круче, чем на любом курорте.

Почему походы так хороши? Во-первых, это познание красот природы, не отягощенное коммерцией со всех сторон. Во-вторых, это дает возможность найти в каждом походе что-то свое – возможно, тяготы настоящей дороги, где все трудности

нужно преодолевать самому; возможно, красоту лесов и полей, о которой вы раньше и не догадывались или забыли; возможно, просто нехитрую романтику туризма, с песнями под гитару и аппетитным шашлыком на костре. Все это вы найдете в каждом походе даже на самые близкие расстояния. А пешие походы в горы – в прямом смысле слова – позволят посмотреть с совсем иной точки зрения не только на мир, но и на себя самого. Кроме того, туристические походы – это прекрасное занятие для любого времени года.

Также был проведен интернет-опрос об осведомленности респондентов в области экотуризма.

В опросе приняли участие 23 респондента разных возрастов (преимущественно в диапазоне от 18 до 25 лет – 87 %).

На вопрос «Слышали ли вы когда-нибудь об экотуризме?» 17 респондентов (73,9 %) ответили, что слышали и 6 респондентов (26,1 %) не слышали.

20 респондентов из 23 (87 %) согласны с утверждением, что экологический туризм – это не только суровое путешествие с тяжелым рюкзаком, но вполне комфортное развлечение на природе и наслаждение всеми ее прелестями.

18 респондентов (78,3 %) считают, что экологический туризм должен сочетать в себе следующие качества: не наносить ущерб природе и быть экономически эффективным; заботиться о сохранении местной социокультурной среды; быть нацеленным на экологическое образование и просвещение.

10 респондентов (43,6 %) не пользовались, но хотели бы воспользоваться экотуристическими услугами Беларуси. 5 респондентам (21,7 %) приходилось пользоваться экотуристическими услугами, также 5 респондентов никогда не слышали про такие услуги.

Диаграмма распределения ответов приведена на рис. 1.



Рис. 1. Пользование экотуристических услуг Беларуси

На вопрос «Какими источниками вы пользовались, чтобы получить информацию об экотуристе, предоставляемых в Беларуси?» респонденты ответили так:

- социальные сети – 11 респондентов (47,8 %);
- сайты организаций – 9 респондентов (39,1 %);
- новостные порталы – 5 респондентов (21,7 %);
- рекомендации знакомых – 12 респондентов (52,2 %);
- реклама, каталоги и т. д. – 8 респондентов (34,8 %);
- другое – 5 респондентов (21,7 %).

На вопрос «По каким качествам вы бы планировали экотуристическое путешествие в Беларуси?» респонденты ответили следующим образом (рис. 2).

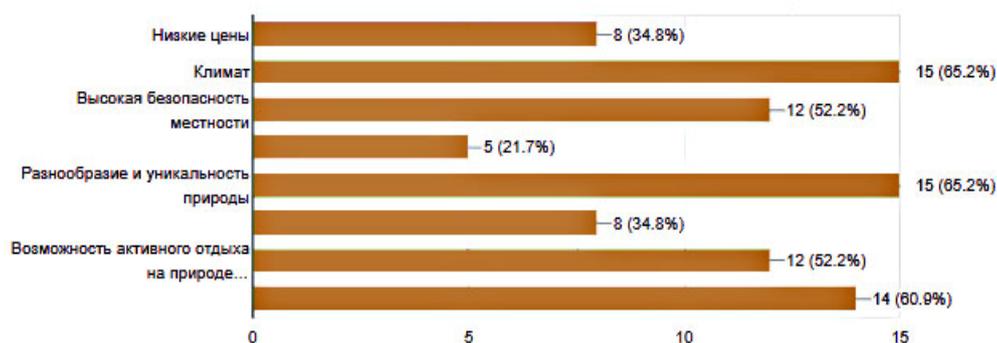


Рис. 2. Планирование экологического путешествия по критериям

В последнее время темпы развития экотуризма в Беларуси растут с невероятной скоростью. За короткое время о белорусских парках, заповедниках и заказниках (Беловежская пуца, Браславские озера, Нарочанский и Березинский заповедники) узнали по всему миру. И сегодня Беларусь как страна экологического туризма стоит в одном ряду с такими странами, как Малайзия, Болгария и т. д.

Перспективы развития экологического туризма связаны с неизбежным ростом экотуристского спроса внутри страны, что опирается на экономико-географические закономерности развития туризма вообще. Концептуально это вытекает из того, что Западная Европа является центром формирования основных форм и типов территориальной организации туризма, а Центрально-Восточная Европа относится к зоне экстенсивного развития туризма. Многие исследователи отмечают опережающий рост спроса на экологический туризм по сравнению со спросом на массовый купально-пляжный отдых у моря в странах Западной Европы. Постепенно данная тенденция охватывает и регион Центрально-Восточной Европы, в состав которого входит Беларусь.

В Западной Европе с каждым годом растет интерес к дикой природе. Хорошо сохранившиеся природные ландшафты Беларуси могут привлечь большое количество туристов. Второй основной группой иностранных потребителей экотуристских услуг являются любители тихого отдыха в окружении нетронутой природы. Как правило, это люди старшей возрастной категории. Как раз для таких Беларусь выглядит очень даже подходящим местом отдыха.

2013 год в Беларуси был объявлен годом экологического туризма. С того момента в стране стали активно разрабатывать зеленые маршруты и устраивать экологические тропы. Экотуристов в первую очередь привлекает нетронутая природа, и Беларусь, в отличие от большинства европейских государств, как раз подходит под такой формат.

ИНСТРУМЕНТЫ DIGITAL-МАРКЕТИНГА

О. С. Климкова

Учреждение образования «Гомельский государственный технический университет имени П. О. Сухого», Республика Беларусь

Научный руководитель Л. Л. Соловьёва

На сегодняшний день digital-маркетинг стал одним из самых приоритетных и эффективных направлений маркетинга, используемый практически во всех сферах бизнеса большинства развитых и развивающихся стран мира. И это неудивительно,