

Л и т е р а т у р а

1. Тренды и прогноз белорусского рынка рекламы. – URL: <https://myfin.by/article/rynki/obem-reklamnogo-rynka-belarusi> (дата обращения: 12.04.25).
2. Как развивается белорусский digital-рынок. – URL: <https://marketing-tech.ru/kb/trendy-digital-rynka-belarusi/> (дата обращения: 12.04.25).
3. Будущее интернет-рекламы в Беларуси: прогнозы на 2025 год. – URL: <https://vbiznese.by/biznes/budushhee-internet-reklamy-v-belarusi-prognozy-na-2025-god/> (дата обращения: 12.04.25).
4. Реклама в интернете: 6 эффективных каналов для привлечения новых клиентов. – URL: <https://elama.ru/blog/reklama-v-internete-6-effektivnyh-kanalov-dlya-privlecheniya-novyh-klientov/> (дата обращения: 12.04.25).

УДК. 379.852

**ИССЛЕДОВАНИЕ ТЕНДЕНЦИЙ ПОЗНАВАТЕЛЬНОГО  
ТУРИЗМА В УЧРЕЖДЕНИИ ОБЩЕГО СРЕДНЕГО  
ОБРАЗОВАНИЯ**

**Б. С. Кашпур**

*Учреждение образования «Белорусский государственный  
экономический университет», г. Минск*

*Представлены результаты изучения тенденций познавательного туризма среди путешественников, обучающихся в учреждении общего среднего образования. Отмечено, что изложенная информация может быть полезна для формирования туристского предложения.*

**Ключевые слова:** тенденции развития туризма, экскурсии, музеи, познавательный туризм.

**STUDY OF EDUCATIONAL TOURISM TRENDS  
IN THE INSTITUTE OF THE GENERAL  
SECONDARY EDUCATION**

**B. S. Kashpur**

*Belarusian State Economic University, Minsk*

*The article presents the results of studying the trends of educational tourism among travelers studying in the institution of general secondary education. The presented information can be useful for formation of tourist demand.*

**Keywords:** trends in tourism development, excursions, museums, educational tourism.

На коллегии Министерства спорта и туризма «Об итогах работы Министерства спорта и туризма в 2024 г. и задачах на 2025 г.», которая состоялась 6 февраля 2025 г. на базе Белорусского государственного университета физической культуры заместитель министра спорта и туризма Олег Евстафьевич Андрейчик отметил, что «2024 г. у нас в стране прошел под знаком качества, основное внимание уделялось формированию и продвижению конкурентного туристического продукта на внутреннем и внешнем рынках. Республика Беларусь значительно укрепила свои позиции в мировых рейтингах и вошла в число ТОП 3 самых популярных выездных направлений в Российской Федерации, подтвердив свой статус страны, благоприятной для путешествий» [2].

Изменения, которые происходят в настоящее время в туристической отрасли соответствуют изменениям предпочтений и переход от «развлекательного туризма к познавательному» [1].

Как было отмечено в ходе вышеуказанной коллегии Министерства спорта и туризма Республики Беларусь (РБ): «В настоящее время наблюдается рост интереса белорусских и иностранных туристов к путешествиям в нашей стране, требующих вовлеченности и реализации познавательного и эмоционального интереса. Анализируя данные Национального статистического комитета Республики Беларусь, представленные в статистическом бюллетене «Развитие туризма, деятельность туристических организаций, средств размещения Республики Беларусь за 2024 г.» [3], и информацию, представленную на сайте Министерства спорта и туризма нашей страны, можно сделать вывод, что «число организованных туристов и экскурсантов, граждан Республики Беларусь, отправленных по маршрутам тура в пределах территории нашей страны, составило более 2 млн человек, что в 2 раза больше, чем в 2019 г.» [2].

Как отмечает Д. Г. Решетников: «Экскурсионный туризм располагает значительным ресурсным потенциалом и является одним из наиболее массовых видов внутреннего туризма в Беларуси, что делает актуальным анализ современных особенностей его развития» [4].

Поэтому нас особенно заинтересовали тенденции познавательного туризма на примере учреждения общего среднего образования. Тем более, что, как отмечает Т. В. Бурак: «Современный путешественник все больше ориентирован на приобретение новых знаний, которые удовлетворяют его познавательные потребности» [1].

Пилотажное исследование проходило на базе государственного учреждения образования «Гимназия № 7 г. Минска имени В. И. Ливенцева» в сотрудничестве с заместителем директора по воспитательной работе. В гимназии обучается 1580 учащихся с 1 по 11 класс. Был проведен количественный и качественный анализ посещений учащимися гимназии объектов познавательного туризма Республики Беларусь с сентября по май 2023/2024 учебного года.

По информации, предоставленной нам для изучения заместителем директора по воспитательной работе, общая численность учащихся гимназии, посетивших объекты познавательного туризма, за исследуемый период составила 1497 человек или 94,7 % от общего числа учащихся гимназии. Важно отметить, что 843 (53,3 %) учащихся участвовали в экскурсиях не менее двух раз в учебном году, 549 (34,7 %) – от трех до четырех раз, посетив при этом разные туристические объекты.

В структуре экскурсий, которые пользуются популярностью среди учащихся учреждения общего среднего образования преобладают экскурсии исторической, архитектурно-градостроительной, природоохранной направленностью.

В пятерку наиболее популярных экскурсионных маршрутов в гимназии № 7 в 2024 г. вошли: «Минск – Несвиж – Минск», «Минск – Лида – Гродно – Минск», «Минск – Ратомка – Заславль – Минск», «Минск – Красный берег – Бобруйск – Минск», «Минск – Жодино – Минск».

Самыми посещаемыми стали такие туристские объекты, как Архитектурный комплекс в г. п. Мир, Музейный комплекс «Дудutki», Парк-музей интерактивной истории «Сула», Музей народной архитектуры и культуры под открытым небом «Строчицы».

Важно отметить активный интерес учащихся и учителей гимназии к туристским объектам города Минска. Это музеи, которые уже давно являются визитной карточкой нашей Родины: Национальный исторический музей Республики Беларусь, Национальный художественный музей, Государственный литературный музей имени

Янки Купалы, Мемориальный музей – мастерская З. И. Азгура, Музей истории белорусского кино, а также специализированные музеи, которые возникли сравнительно недавно: Музей современной белорусской государственности, Музей футбола и истории стадиона Динамо, Музей мороженого, Музей Лего, Музей архитектурных миниатюр, Музей Кота, Центр океанографии «Открытый океан». Заместитель директора по воспитательной работе Татьяна Евгеньевна Дисько отметила, что «неподдельный интерес учащиеся гимназии проявляют к посещению Центра безопасности МЧС», с ее слов объект посетили более 85 % гимназистов.

Среди объектов природоохранной направленности популярностью пользуются Центр экологического туризма «Станьково», Музей природы и экологии Республики Беларусь, Центральный Ботанический сад НАН Республики Беларусь, Музей Белорусского государственного цирка; экскурсии в Национальный парк «Беловежская пуща» и по маршруту «Минск – Россь – Красносельские меловые карьеры – Волковыск – Урочище Пороховня – Мосты – Минск».

Популярными в структуре экскурсий познавательного направления среди учащихся учреждения общего среднего образования стали экскурсии профориентационного характера, особенно организованные в интерактивном формате. За исследуемый период 87 % учащихся I ступени общего среднего образования гимназии посетили Белорусский автомобильный завод в г. Жодино, 91 % – кондитерскую фабрику «Коммунарка», 78 % – Музей пряника, 35 % – Музей истории медицины. Для учащихся II и III ступеней общего среднего образования в гимназии экскурсии профориентационной направленности стали традиционными в третью субботу месяца.

В год 80-летия Победы советского народа в Великой отечественной войне особенно следует отметить особенности экскурсионной активности учащихся гимназии на объекты исторической памяти нашего народа.

Историко-культурный комплекс «Линия Сталина», Мемориальный комплекс «Курган славы», Белорусский государственный музей истории Великой отечественной войны, Выставка достижений современной Беларуси «Моя Беларусь» – объекты 100%-го посещения классными коллективами гимназии. Также среди часто посещаемых гимназистами исторических памятных мест, такие как Мемориальный комплекс «Курган Славы», Мемориальный комплекс «Брестская крепость – герой», Мемориальный комплекс «Хатынь», Монумент Победы в Минске, Военно-исторический комплекс в пос. Станьково.

Важно отметить, что в государственном учреждении образования «Гимназия № 7 г. Минска имени Героя Советского Союза Виктора Ильича Ливенцева» с 21 февраля 1980 г. в СШ № 54 г. Минска (ныне – гимназия № 7 имени В. И. Ливенцева) была открыта Комната боевой славы. Учащимися и педагогами школы был собран большой материал о юных защитниках Отечества, членах символического Батальона белорусских орлят, созданного по инициативе редакции газеты «Зорька». В преддверии 70-й годовщины Победы советского народа в Великой Отечественной войне музейная экспозиция была переименована в «Комнату боевой славы». В апреле 2015 г. прошло ее торжественное открытие с участием ветеранов Великой Отечественной войны.

Решением учреждения образования «Республиканский центр экологии и краеведения» от 22.06.2023 г. № 648 Комнате боевой славы был присвоен статус исторического (военно-исторического) музея «Юные защитники Отечества» государственного учреждения образования «Гимназия № 7 г. Минска имени В. И. Ливенцева». Как отмечает директор гимназии Лариса Леонидовна Смагина: «Музей неоднократно становился площадкой для международного сотрудничества, на базе которой были проведены мероприятия в рамках Международного социально-образовательного проекта

«Великая Победа объединяет народы»: кинофестиваля «Потомки победителей», телемостов, международных видеоконференций; межрегиональных научно-практических конференций». И, по мнению автора: «Музей «Юные защитники Отечества» может стать достойным экскурсионным объектом исторической направленности г. Минска».

Таким образом, пилотажное исследование тенденций познавательного туризма в учреждении общего среднего образования позволило сделать выводы, что они совпадают с «происходящими изменениями туристической отрасли начала XXI в. ..., развиваются туристические направления, позволяющие реализовать большую активность по формуле – познание – эмоции – опыт» [3]. Ведущие позиции занимает познавательные туристические направления исторического, архитектурно-градостроительного, природоохранного и профориентационного характера. Юные потребители туристских услуг готовы к активному участию и преобразованию туристического пространства Республики.

*Автор выражает благодарность директору государственного учреждения образования «Гимназия № 7 г. Минска имени В. И. Ливенцева» Ларисе Леонидовне Смагиной, заместителю по воспитательной работе гимназии Татьяне Евгеньевне Диско, руководителю УМО учителей физической культуры гимназии Ольге Владимировне Кособуцкой за поддержку в организации исследования.*

#### Литература

1. Бурак, Т. В. Основные тенденции развития туризма в XXI в.: изменяющиеся институциональные отношения и практики путешествия / Т. В. Бурак // Журнал Белорусского государственного университета. Философия. Психология. – 2022. – № 2. – С. 33–40. – URL: <https://elib.bsu.by/bitstream/123456789/286166/1/33-40.pdf> (дата обращения: 17.03.2025).
2. Официальный портал Национального агентства по туризму. – Минск, 2003–2025 гг. – URL: <https://www.belarustourism.by/news/beloruskiy-turizm-bet-rekordy-2-milliona-vnutrennikh-turistov-novye-infotsentry-i-plan-na-god-blag/> (дата обращения: 21.02.2025).
3. Развитие туризма, деятельность туристических организаций, средств размещения Республики Беларусь за 2024 год / Стат. бюл. Нац. стат. ком. Респ. Беларусь. – URL: [https://mst.gov.by/data/files/tourizm\\_2024.pdf](https://mst.gov.by/data/files/tourizm_2024.pdf) (дата обращения: 22.12.2024).
4. Решетников, Д. Г. Современные тенденции развития экскурсионного туризма в Беларуси / Д. Г. Решетников, А. Н. Решетникова // Туризм и рекреация: фундаментальные и прикладные исследования : тр. XIV Междунар. науч.-практ. конф. МГУ им. М. В. Ломоносова, Москва, 25 апр. 2019 г. / Моск. гос. ун-т им. М. В. Ломоносова. – М., 2019. – С. 410–417. – URL: <https://elib.bsu.by/handle/123456789/239344> (дата обращения: 08.12.2024).

УДК 339.138:316:004.738.5

### **ОЦЕНКА ЭФФЕКТИВНОСТИ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ СОЦИАЛЬНЫХ СЕТЕЙ ДЛЯ СОВЕРШЕНСТВОВАНИЯ ПРОДВИЖЕНИЯ ПИЩЕВОГО ПРЕДПРИЯТИЯ**

**М. Л. Шевченко**

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

Научный руководитель Л. Л. Соловьева

*Проведено исследование эффективности использования социальных сетей как одного из инструментов маркетинга. Рассмотрено использование розыгрыша с целью привлечения новых подписчиков в социальной сети Instagram с последующим увеличением объема продаж и расширением продукции.*

**Ключевые слова:** маркетинг, эффективность, продвижение, социальные сети, розыгрыш.