щие меры по оптимизации контента на сайтах креативных пространств г. Минска, а также на страницах в социальных сетях:

• использовать SEO — продвижение сайтов;

• пересмотреть центральные акценты на сайте с использованием «метода F» и добавить раздел «О нас»;

• правильно распределить пространство экранов на сайтах;

• адаптировать сайты под мобильные устройства;

• размещать большее количество живых фотографий с мероприятий на страницах в социальных сетях;

• вести живое общение с подписчиками вместо постоянных репостов записей из других сообществ в социальных сетях;

• увеличить количество полезного контента в виде частей, цитат, вырезок из выступлений спикеров пространств.

Литература

1. *Княгинин, В. Н.* Креативная индустрия, трансформирующая пространство города / В. Н. Княгинин // Креативная экономика и городское развитие : сб. ст. / ЦСИ «Винзавод». — М., 2009. — 12 с.

2. *Флорида, Р.* Креативныи класс: люди, которые меняют будущее / Р. Флорида. — М. : Классика-XXI, 2005. — 430 с.

3. *Горелов, Н. А.* Антикризисное управление человеческими ресурсами : учеб. пособие / Н. А. Горелов. — СПб. : Питер, 2010. — 432 с.

4. *Лэндри, Ч.* Креативныи город / Ч. Лэндри. — М. : Классика-XXI, 2011. — 399 с.

Н.Ю. Максименко
БГЭУ (Минск)
Научный руководитель ***Т.С. Николина*** *— канд. филолог. наук*

ВЛИЯНИЕ СОБЫТИЙНОГО ТУРИЗМА НА РАЗВИТИЕ ТУРИСТИЧЕСКОЙ ПРИВЛЕКАТЕЛЬНОСТИ

Туризм в современном мире стремительно развивается и становится одним из инструментов продвижения страны на мировой арене. По данным Всемирной туристической организации ООН (ЮНВТО) мировой поток туристов в 2016 г. увеличился и составил 1,235 млрд чел. [1].

Неотъемлемым показателем туристической индустрии является туристическая привлекательность. Для экономики страны она служит началом формирования инвестиционной привлекательности, что впоследствии позволяет распределять финансовые ресурсы в смежные отрасли. Высокий уровень туристической привлекательности уменьшает проблемы занятости населения. По статистическим данным ЮНВТО, каждое пятнадцатое рабочее место в мире сегодня дает туристическая отрасль [1]. Для Республики Беларусь развитие туризма и увеличение его доли в ВВП все еще остается актуальной проблемой экономики.

В 2015 г. был опубликован рейтинг стран по индексу конкурентоспособности путешествий и туризма, в который Беларусь не попала [2]. По сравнению с лидерами рейтинга, Испанией и Францией, слабой стороной Беларуси является политика государства, монополия авиасообщения, нехватка объектов размещения среднего ценового сегмента, а также отсутствие единой концепции позиционирования нашей страны.

Для решения этих проблем была принята Государственная программа развития туризма на 2016–2020 годы. В ее рамках уже были предприняты шаги для увеличения туристической привлекательности. 9 января 2017 г. А. Лукашенко подписал указ об установлении пятидневного безвизового режима для граждан из 80 стран. Также был выпущен новый промо-ролик о Беларуси.

Данной программой были также определены основные направления развития туризма. Приоритетным является развитие событийного туризма. Это эффективный инструмент для воздействия на туристическую привлекательность, позволяющий использовать событие для популяризации определенной территории и привлечения потребителей, которые не находят туристическое место, достаточно привлекательным, чтобы посетить его без повода.

Перспективным направлением для Беларуси является спортивный событийный туризм, так как белорусы позиционируют себя как спортивную нацию, в нашей стране достаточно спортивных объектов мирового уровня, а также имеется опыт проведения спортивных состязаний, например, ЧМ-2014 по хоккею. Одной из главных целей Чемпионата было привлечение туристов в Беларусь, однако по завершению мероприятия стало понятно, что туристический поток не увеличился.

В 2019 г. в Беларуси пройдут вторые Европейские игры — самое массовое спортивное событие для нашей страны. Это еще одна возможность использовать спортивное событие для продвижения Беларуси как туристического направления. Используя опыт ЧМ-2014, внимание необходимо уделить следующим актуальным проблемам: информированию и продвижению в интернете, долгосрочному планированию, развитию инфраструктуры, а также вопросам о безвизовом режиме.

Литература

1. UNWTO World Tourism Barometer and Statistical Annex, Advance release January 2017, volume 15 [Electronic resource] // UNWTO/ 2017. — Mode of access: http://www.e-unwto.org/loi/wtobarometereng. — Date of access: 25.03.2017.

2. Рейтинг стран мира по уровню конкурентоспособности путешествий и туризма в 2015 году [Электронный ресурс] // Гуманитарные технологии. Информационно-аналитический портал. — Режим доступа: http://gtmarket.ru/news/2015/05/07/7152. — Дата доступа: 01.04.2017.