

---

### Список использованных источников

1. Вторая оценка состояния Мирового океана. Том II: Публикация Организации Объединенных Наций / ООН. – Нью-Йорк, 2021. – Режим доступа: <https://www.un.org/Depts/los/temp/RP/2011859RWOAIIVolIIWEB.pdf>. – Дата доступа: 28.08.2021.
2. Addamo, A. M. Top Marine Beach Litter Items in Europe / A. M. Addamo, P. Laroche, G. Hanke. – Luxembourg: Publications Office of the European Union, 2017.
3. Single-use Plastics: A Roadmap for Sustainability [Electronic resource]: United Nations Environment Programme / UNEP. – Nairobi, 2018. – Mode of access: <https://www.reloopplatform.org/wp-content/uploads/2018/06/UNEP-report-on-single-use-plastic.pdf>. – Date of access: 10.09.2021.

УДК 338.48:502/504

### РАЗВИТИЕ ЭКОТРОП В РЕСПУБЛИКЕ БЕЛАРУСЬ

**И. А. ПРОХОРЕНКОВА**

Научный руководитель – Е. В. Демченко, доцент, к. э. н.  
Белорусский государственный экономический университет  
Минск, Беларусь

Экологическая тропа (экотропа, учебно-туристическая тропа) – это специально оборудованный маршрут, проходящий через различные экологические системы и другие природные объекты, архитектурные памятники, имеющие эстетическую ценность, на котором идущие (гуляющие, туристы и т. п.) получают устную (с помощью экскурсовода) или письменную (стенды, аншлаги и т. п.) информацию об этих объектах [3].

Прохождение экотроп может сочетать в себе как элементы пешей прогулки, так и велоспорта, и сплава на байдарках. Следовательно, экотропа является объектом и экологического туризма, и спортивного маркетинга одновременно.

Создание и развитие экотроп позволяет эффективно реализовать направления Государственной программы развития

физической культуры и спорта в Республике Беларусь, а именно подпрограммы 2 «Подготовка спортивного резерва, физкультурно-оздоровительная, спортивно-массовая работа» [1]. Это, в свою очередь, позволит привлечь наименее активные сегменты: граждан пенсионного возраста и население, проживающее в сельской местности и малых городах. Кроме того, выступает эффективным инструментом оздоровления нации, укрепления международного имиджа страны, обеспечения инновационного развития отрасли.

В настоящий момент в Республике Беларусь насчитывается около 70 экотроп. Однако только 10 из них имеют деревянный настил [3], то есть являются комфортабельными для туристов. Это такие экотропы, как «Озеравки-Ельня» в Миорском районе, «По лесной заповедной тропе» в Лепельском районе, «Сябрыньский перекресток» в Ивьевском районе Гродненской области, «Надливская гряда» в Ивацевичском районе Брестской области, «Ольманские болота» в Столинском районе Брестской области, «В краю вертлявой камышевки» Березовского района Брестской области, «По лозовой долине» Лунинецкого района Брестской области, «Голубые озера» Мядельского района Минской области, «Святые криницы» Минского района и «Чижовка» в Минске.

Экотропы несут в себе преимущества не только для потребителей спортивных услуг, но и для региона в целом (таблица 1).

Таблица 1

Преимущества создания экотроп для субъектов экономики

| Субъект экономики | Преимущества                                                                                                                                                                       |
|-------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Турист            | Разнообразный отдых<br>Двигательная активность<br>Изучение достопримечательностей региона, редких представителей флоры и фауны                                                     |
| Регион            | Новые рабочие места (экскурсии; прокат велосипедов, вездеходов, байдарок, биноклей; продажа сувенирной продукции; объекты питания; изготовление и реализация экопродуктов питания) |

| Субъект экономики | Преимущества                                                                                                                                                                |
|-------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
|                   | Имидж региона<br>Поступление денежных средств в региональный бюджет                                                                                                         |
| Страна            | Дополнительный продукт для иностранных туристов наряду с большей вовлеченностью местных<br>Облагораживание территорий<br>Воспитание экологического мышления и мировоззрения |

Примечание – Источник: составлено авторами.

Целевая аудитория экотропы очень широкая, она включает всех возможных посетителей маршрута, в том числе местных жителей, отдыхающих, случайных прохожих (восприятие информации и воспитательное воздействие при этом является пассивным).

Для развития экотроп в Республике Беларусь целесообразно:

- информационное обеспечение развития экотроп как спортивной услуги;
- разработка системы продвижения экотроп с учетом потребительских предпочтений;
- при формировании концепции маркетинга делать акцент на такую мотивацию туристов, как привлекательность и красота региона, релаксация, двигательная активность;
- предлагать посещение экотроп как дополнительный пакет услуг. Например, при пребывании туриста в близлежащих санаториях, участии в экскурсионных программах;
- исследовать российский и международный опыт по привлечению волонтеров и обеспечению информационной поддержки продвижения экотроп;
- стратегия продвижения должна включать перекрестные продажи (продажи связанных или несвязанных продуктов) клиентам из существующей базы или продажи существующих продуктов потенциальным покупателям по базе новых клиентов;

– определять потенциальных потребителей через характеристики ответной реакции на рекламу, на основе которых строится база данных;

– укрепление лояльности клиента, которое может строиться на запоминании клиентских предпочтений и направлении клиентам соответствующей информации, подарков или иных материалов.

### **Список использованных источников**

1. Государственная программа развития физической культуры и спорта в Республике Беларусь на 2021–2025 годы. [Электронный ресурс] // Национальный правовой Интернет-портал. – Режим доступа: [https://pravo.by/upload/docs/op/C22100054\\_1612386000.pdf](https://pravo.by/upload/docs/op/C22100054_1612386000.pdf). – Дата доступа: 20.04.2021.

2. Десять экотроп Беларуси [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://34travel.me/gotobelarus/post/10-ekotrop-belarusi>. – Дата доступа: 01.05.2021.

3. Заповедные территории Беларуси [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.zapovednytur.by/zelenyj-turizm/ekologicheskie-tropy.html>. – Дата доступа: 01.05.2021.

**УДК 330.15**

## **МАРКЕТИНГОВЫЙ МЕХАНИЗМ УПРАВЛЕНИЯ ОХРАНОЙ ОКРУЖАЮЩЕЙ СРЕДЫ**

**Д. С. САКУН**

Научный руководитель – А. С. Сверлов,  
доцент кафедры маркетинга, к. э. н.

Белорусский государственный экономический университет  
Минск, Беларусь

Различные стороны и аспекты механизмов экологического маркетинга в современном мире обусловлены быстрым научно-техническим прогрессом, снижающим наше воздействие на окружающую среду. Помимо этого, они связаны с ускоренным формированием рынка экологических услуг, в котором, безус-