

УДК 338:91 (476)

Г.Р. ПОТАЕВА, Т.А. ФЕДОРЦОВА

ТУРИСТСКИЙ ПОТЕНЦИАЛ МАЛЫХ ГОРОДОВ БЕЛАРУСИ И ТЕНДЕНЦИИ ЕГО ОСВОЕНИЯ

In this article are shown place and the role of small boroughs in the development of tourism, estimation of their tourist potential is given, the special features of territorial distribution are revealed, are represented the criteria of the favorableness of the development in them of tourism, the special features of the formation of tourist product are determined.

Малые города Беларуси, имеющие богатую древнюю историю, обладают ценным историко-культурным наследием, природными ресурсами, позволяющими развивать их как центры туризма. Малые городские поселения (до

20 тыс. жителей) являются наиболее многочисленной и устойчивой во времени категорией населенных мест Беларуси. В настоящее время из 213 городов страны 172 составляют малые городские населенные места (таблица). И хотя в них проживает только 12,2 % населения (каждый восьмой житель Беларуси), именно эти города, как правило, являются центрами приложения труда и выполняют функции обслуживания для многочисленных сельских поселений [1]. Кроме того, малые города играют важную народнохозяйственную и социально-культурную роль как промежуточные звенья между большими городами и сельскими поселениями. Равномерно расположенные по территории Беларуси, совместно с прилегающими аграрными районами они представляют собой буферные зоны между крупными урбанизированными центрами и охраняемыми природными комплексами - заповедниками, заказниками, природными парками.

Распределение малых городов Беларуси по областям на 01.01.2005 г. [2]

| Область | Количество малых городов | Численность населения, тыс. чел. | Средняя численность населения малого города, тыс. чел. |
|-------------|--------------------------|----------------------------------|--|
| Брестская | 21 | 171,0 | 8,1 |
| Витебская | 40 | 248,6 | 6,2 |
| Гомельская | 28 | 183,5 | 6,6 |
| Гродненская | 27 | 173,9 | 6,4 |
| Минская | 36 | 262,8 | 7,3 |
| Могилевская | 20 | 176,5 | 8,8 |
| Всего | 172 | 1216,3 | 7,1 |

Важной особенностью территориального распределения малых городских поселений является их достаточно равномерное размещение. Расстояние между малыми городами - центрами административных районов - достигает 40 км, зона их влияния около 20 км, что создает предпосылки для обеспечения относительно равномерного обслуживания по всей территории страны. Однако в настоящее время ряд городских поселений не в состоянии полностью выполнять роль организационно-хозяйственных и обслуживающих центров прилегающих сельских населенных мест и территорий из-за низкого экономического и социального развития (мало мест приложения труда, не развита сфера общественного обслуживания и досуга), снижая престижность и привлекательность проживания в них.

Большинство малых городских поселений Беларуси в настоящее время не имеют надежной экономической базы, что затрудняет их развитие, порождает социальные и экономические проблемы. Для них характерно традиционное местное производство аграрной и аграрно-промышленной специализации. В более 70 городских поселениях с численностью до 5 тыс. человек местная экономика носит в основном моноотраслевой характер [3]. Ликвидация здесь даже одного промышленного предприятия может иметь (а на практике так уже и происходит) негативные последствия для жителей не только данного поселения, но и прилегающего района.

Выходом может явиться развитие в малых городских поселениях туристской инфраструктуры, использование их в качестве центров республиканской туристской сети. Важным аргументом в этом является наличие сохранившихся ценных памятников архитектуры и градостроительства - хранителей истории, культуры и традиций белорусского народа. Многие малые города Беларуси с населением свыше 10 тыс. чел. имеют многовековую историю. Так, Клецк впервые упоминается в летописи в 1127 г., Рогачев - 1142 г., Мстиславль - 1158 г., Новогрудок - 1212 г., Речица - 1213 г., Несвиж - 1223 г., Слоним - 1251 г., Волковыск - 1252 г., Кобрин - в 1287 г. В этих городах сохранились ценные фрагменты исторической планировки и застройки, уникальные ансамбли и памятники. Большинство из них имеют высокий потенциал для своего развития благодаря сохранившемуся историко-культурному на-

следию, удобству размещения, благоприятным экологическим условиям, традиционности расселения и связанной с этим привлекательности для различных групп населения. В целом малые города Беларуси достаточно живописны и органично сочетаются с окружающей природой, поскольку эта историческая традиция белорусского градоформирования сохранилась в них в большей степени, чем в больших и крупных.

Культурно-исторический потенциал малых городов следует рассматривать не только как конкретное количество памятников истории и культуры, а как уникальную, сохранившуюся до нашего времени самобытную среду обитания, представляющую собой свидетельство определенного периода.

Более 30 малых городских поселений Беларуси могут рассматриваться как перспективные центры туризма. Именно туризм может и должен стать одним из приоритетных направлений развития таких городов.

В этом плане критериями благоприятности для малых поселений является наличие в них объектов, отвечающих следующим требованиям:

- уникальность, необычность, отсутствие аналогов в других регионах;
- широкая известность;
- познавательная ценность, связь с важными историческими событиями, выдающимися личностями мировой истории;
- высокая художественная ценность самого объекта и его окружения;
- сохранность и подготовленность к показу;
- удобство и доступность расположения.

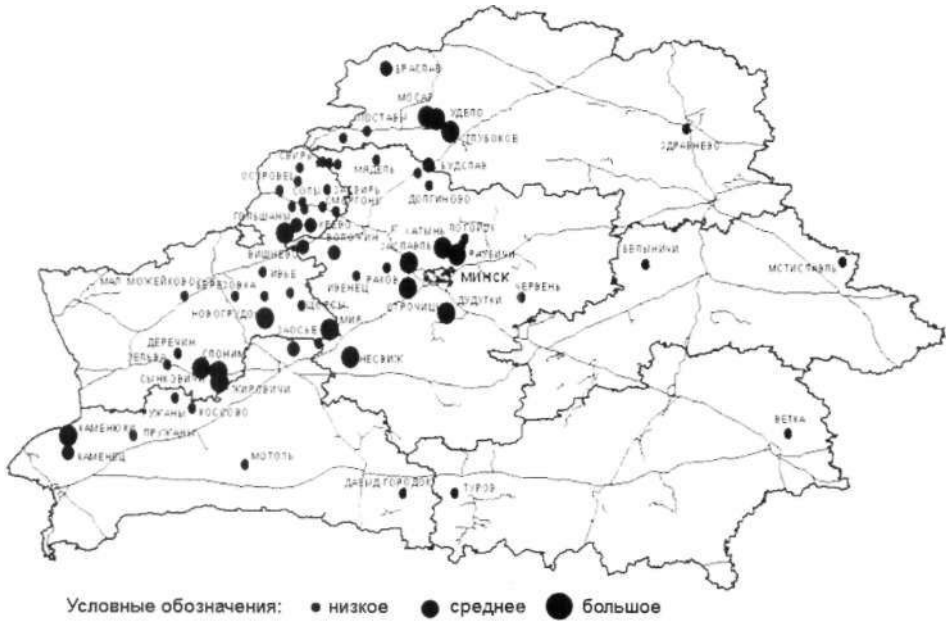
С точки зрения абсолютной величины туристского потенциала малые города уступают крупным, но по числу таких объектов более значимы для туристского освоения. В них сохранилось до наших дней уникальное, самобытное культурно-историческое наследие, что значительно повышает привлекательность малых исторических городов для туристско-экскурсионного использования. Эти города в большей степени, чем средние и крупные, сохранили свое историческое и этнографическое своеобразие, отражают специфику окружающей их местности. Именно эти качества делают их весьма перспективными для всестороннего туристского освоения. Являясь комплексными туристскими объектами, концентрирующими познавательные и оздоровительно-туристские ресурсы, они позволяют сформировать сеть уникальных культурно-исторических и природных территорий, которые могут явиться основой туристской сети.

Особую группу представляют малые города, в которых историческая застройка - главная особенность. Это Несвиж, Мир, Слоним, Мстиславль, Новогрудок и др. Их культурно-исторический потенциал следует рассматривать не только как какое-то конкретное количество памятников истории и культуры, а как уникальную, сохранившуюся до нашего времени самобытную среду обитания - свидетельство определенного периода истории.

Большую роль для развития туристского потенциала городов имеет их транспортно-географическое положение. Для большинства малых городских поселений страны мы можем оценить его как выгодное, поскольку, находясь на пересечении трансъевропейских транспортно-коммуникационных коридоров «запад - восток» и «север - юг», Беларусь располагает хорошо развитой транспортной сетью, которая хотя и не входит в систему трансъевропейских трасс, но имеет важное значение как для внешних, так и для внутренних связей.

Современное географическое распространение туристско-экскурсионных потоков по территории Беларуси представлено на рисунке. Наиболее интенсивно осваивается культурно-исторический потенциал малых городов и поселков городского типа западной и северо-западной частей Беларуси - Гродненской, Брестской, запада Минской и Витебской областей.

Анализ современного состояния вовлечения в туристский процесс культурно-исторического потенциала малых городов и поселков городского типа Беларуси выявил, во-первых, невысокие объемы туристских потоков, во-вто-



Туристско-экскурсионное использование малых городов Беларуси, односторонность туристского использования и, в-третьих, территориальные диспропорции освоения туристского потенциала. Невысокие объемы потоков вызваны неразвитостью системы внутреннего и въездного туризма по сравнению с выездным. Односторонность использования (преобладание однодневных экскурсий) обусловлена в первую очередь неподготовленностью объектов к туристскому использованию, неразвитостью инфраструктуры, отсутствием системы продвижения туристского продукта малых городов на внутреннем и зарубежном рынках. Выявленные территориальные диспропорции объясняются лучшей сохранностью познавательных объектов, научно-методическим обеспечением экскурсионного обслуживания

Для того чтобы малые города заняли свое место в территориальной структуре туристского освоения страны и ее регионов, следует на научной основе разработать для них конкретные программы развития туризма. На первом этапе необходимо изучить и проанализировать культурное наследие малых исторических городов. Затем, с учетом результатов этого анализа, разработать программы их туристско-экскурсионного использования. Это могут быть программы познавательного и познавательно-делового туризма, которые рассчитаны как на местных жителей, так и на зарубежных туристов, а также бизнесменов, посещающих страну с целью расширения деловых контактов. Как нам представляется, большим спросом будут пользоваться научные и учебные туры, включающие обучение народным промыслам и ремеслам, белорусскому языку, а также изучение этнографии, истории, архитектуры и др.

Эффективное функционирование малых городов как туристских центров требует развития соответствующей инфраструктуры: объектов проживания и питания, развлечений, проведения досуга, информационного, туристско-экскурсионного обслуживания, связи, банковских, страховых услуг, торговли, бытового, транспортного обслуживания, спорта, оздоровления, оказания медицинской помощи, охраны и поддержания правопорядка [4].

Туристско-рекреационный потенциал малых городов Беларуси позволяет разработать высокоэффективный туристский продукт с использованием ресурсов самих городов и окрестных территорий, расположенных в пределах полчасовой доступности.

Туристский продукт малых городов представляется как совокупность основных и дополнительных туристских услуг, а также широкий спектр туристских товаров.

Основные туристские услуги являются базой, определяющей современный туристский продукт - предмет потребления. Отнесение к ним только услуг по транспортному обслуживанию, питанию, размещению и экскурсиям, как это рассматривалось раньше, неправомерно. В современной схеме туристского продукта малого города, как нам представляется, должны присутствовать услуги, объединенные понятием «туристская среда», а также добавлено самое важное для продвижения туристского продукта на рынок - информационное обеспечение. Каждая составляющая этой схемы включает в себя следующее содержание:

1. Транспортное туристское обслуживание - развитая система доставки туристов в малый город; сеть современных и разнообразных видов программного обслуживания туристов на маршрутах (авто, ретропоезда на основе узкоколеек со специальными вагонами, повозки с лошадьми, водный транспорт, вертолеты и т. д.); система стоянок с инфраструктурой обслуживания, заправочных станций и т. д.

2. Услуги по размещению туристов - система гостиниц уровня 1-4 звезды, рассчитанных для приема различных категорий туристов, оборудованные места для палаточных лагерей, сельские дома, этнографическое жильё (шалаша, кибитки), агроусадыбы и др.

3. Услуги по питанию туристов - от предприятий быстрого питания до ресторанов с местной этнографической едой-анимацией и напитками.

4. Сформированная туристская среда - развитая система целевых туристских объектов в малом городе и его окружении. В понятие «туристская среда» входят:

- экскурсионные маршруты с дифференцированным подходом к разным категориям туристов; создание центров интерпретации местного культурного наследия;

- разработанная система анимаций на основе культурного наследия данного города (рыцарские турниры, исторические реконструкции с участием самих туристов, фольклорные и этнографические праздники и т. д.), причем предпочтительно такие анимации сделать регулярными;

- обустроенная и приспособленная к посещению большим количеством людей природная среда - с живописными ландшафтами, видовыми точками в местах стоянок, современными туалетами, оборудованными местами для приготовления шашлыков, мусоросборниками и т. д.

5. Информационное обеспечение - система продвижения туристского продукта. Это и распространение в других странах буклетов с описанием данного города и его достопримечательностей; короткие видеоролики аналогичного содержания, туристские карты и путеводители, распространяемые в центрах туристской информации страны, а также красочные бесплатные буклеты, которые каждый турист получает, посетив тот или иной объект.

Дополнительные туристские услуги - система объектов общехозяйственного обслуживания, к которым привык современный человек и без которых невозможен комфортный отдых. Это банковские услуги - круглосуточная возможность получения денег со своего счета (карточки), обмен валюты и т. д.; страхование медицинское и транспортных средств; фотоуслуги - пункты обслуживания с возможностью купить фотопленки и фотоаппараты, напечатать в кратчайший срок снимки; ксерокопирование; изготовление сувенирной продукции; прокат разнообразного туристского инвентаря (велосипедов, лодок, мячей, мангалов, туристской одежды и т. д.); бытовые услуги - создание мини-комбината бытового обслуживания и т. д.

Обеспечение туристскими товарами предполагает наличие системы небольших магазинов, в которых можно приобрести: качественные и оригинальные сувениры, характерные только для данной местности; бытовую технику; потребительские товары - купальники, полотенца, продукты питания и

напитки; одежду - летнюю, пляжную и теплую, а также с национальными мотивами; парфюмерию, которая наряду с алкоголем является наиболее популярным сувениром, привозимым с места отдыха, и алкоголь - качественный, дорогой, оригинальный.

Для анализа туристского продукта рекомендуется использовать SWOT-анализ - поэтапное выделение сильных (Strength) и слабых сторон (Weakness) данного туристского продукта (внутренние свойства продукта), а также возможностей (Opportunities) и угроз (Threats) его продвижения на туристский рынок (внешняя среда).

Основными направлениями развития туризма в малых городах являются следующие:

- *Экологический туризм.* Цель создания этого туристского продукта - знакомство с природой Беларуси, экологическое образование населения, пропаганда особо охраняемых природных территорий (ООПТ), знакомство иностранных граждан с уникальными природными комплексами. Объекты: ООПТ, уникальные природные комплексы.

- *Познавательный туризм.* Цель - знакомство с культурным наследием Беларуси, воспитание патриотизма, любви к Родине. Объекты: культурно-историческое наследие малых городов.

- *Спортивный туризм.* Цель - удовлетворение потребностей в занятиях спортом. Объекты: пересеченный рельеф со значительными перепадами высот и высокими эстетическими качествами ландшафта, спортивные объекты близлежащих территорий (спортивно-туристские комплексы, спортивные горнолыжные комплексы).

- *Оздоровительный туризм.* Цель - удовлетворение потребности жителей г. Минска, других крупных городов и бизнес-туристов в кратковременном отдыхе. Объекты: участки леса в сочетании с реками в пределах получасовой доступности.

- *Событийный туризм.* Цель - знакомство с культурой и традициями белорусов. Объекты: специально оборудованные поляны для проведения различных народных праздников (Купалья, Дожинок и т. п.).

- *Деловой туризм.* Цель - проведение конференций, семинаров, встреч, переговоров. Объекты: конгресс-центры, конференц-залы гостиниц.

Создание и практическое осуществление таких программ развития туризма в малых городах на основе всестороннего анализа возможностей использования их культурно-исторического и природного потенциала в увязке с уровнем развития инфраструктуры может дать ощутимый эффект не только в их социально-экономическом развитии, но и страны в целом, а также будет способствовать возрождению национальной культуры.

1. Основные положения Государственной схемы комплексной территориальной организации Республики Беларусь. Мн., 1999.

2. Статистический ежегодник Республики Беларусь. 2005 г. Мн., 2006.

3. Основные направления социально-экономического развития Республики Беларусь до 2010 г. Мн., 2000.

4. Биржаков М.Б. Введение в туризм. СПб., 2001.

Поступила в редакцию 27.06.06.

Галина Ромуальдовна Потаева - кандидат географических наук, доцент. Область научных интересов: социально-экономическая география зарубежных стран, геоурбанистика, география туризма. Автор более 40 научных работ, в том числе 3 учебных пособий (в соавторстве) и коллективной монографии.

Тамара Аркадьевна Федорцова - кандидат географических наук, доцент. Область научных интересов: социально-экономическая география зарубежных стран, география туризма и экскурсионный менеджмент. Автор более 50 научных работ, в том числе четырех учебных пособий (в соавторстве) и коллективной монографии.