

ном, школьниками и студентами. Следовательно, основным вариантом таких туров, с точки зрения выбора средства передвижения туристов, может стать автобусный замковый туризм, реализующийся обычно в трех формах программ:

1) программы туров, в которых замки и крепости становятся основной целью поездки, в результате чего вся программа строится на основе посещения и осмотра указанных объектов, которую, к тому же, целесообразно «разбавлять» экологическими или (и) анимационными компонентами (туры «Мир—Несвиж», «Новогрудок—Лида», «Новогрудок—Мир—Несвиж»);

2) туры, предполагающие включение замков и крепостей в комплексные программы обслуживания в качестве фоновых объектов, дополняющих программу поездки — в большинстве случаев так обычно и делается (туры в Гродно, «Минск—Мир—Несвиж—Гродно», «Минск—Мир—Гродно—Брест» и т. д.);

3) программы туров, предполагающие включение замков и крепостей на правах основных объектов поездки в комплексные программы обслуживания, но с упором на реализацию не экскурсионной, а анимационной программы, включающей княжеский обед, рыцарские турниры, участие в походе королей или рыцарей и т. д. Такие туры сейчас становятся очень популярны в Беларуси (туры в Новогрудок и Лиду, анимационные туры «Тайна великого князя», «Путь короля Миндовга»).

Авторами работы был разработан автобусный туристический анимационный маршрут «Тропой рыцарей и королей», включающий в программу посещение Минска и музея «Дудutki», замковых комплексов Мира и Несвижа, Бреста и Брестской крепости, Кревского, Лидского, Новогрудского и Гольшанского замков. Ночевки предполагается осуществлять как в категорийных средствах размещения, так и на агроусадьбах Гродненской и Минской областей, что привносит в тур элементы агроэкотуризма и анимационную составляющую.

Разработанный нами туристический маршрут с элементами анимации по замкам и крепостям страны выгодно отличается от своих конкурентов: а) достаточно длительной и полноценной программой обслуживания; б) включением всех услуг (экскурсии, питание, транспорт, входные билеты) в программу тура, что освобождает туристов от постоянных трат; в) удачным сочетанием анимационной, познавательной и развлекательной составляющих; г) доступной ценой на тур для россиян и туристов из других стран; д) реализацией территориального подхода к проектированию программы обслуживания, что позволяет избежать лишних переездов и оптимизировать временные затраты; е) ориентацией на самый массовый и непритязательный сегмент потребителей — молодежь.

ОСОБЕННОСТИ ФОРМИРОВАНИЯ И ПРОДВИЖЕНИЯ ТУРИСТИЧЕСКОГО ПРОДУКТА ПОЛЕССКО-ТУРОВСКОЙ КУЛЬТУРНО-ТУРИСТСКОЙ ЗОНЫ

Лебедева А. С., Белорусский государственный университет

Белорусское Полесье — уникальный природный и историко-этнографический регион, имеющий предпосылки для развития туризма: национальный парк (НП) «Припятский», ландшафтные и биологические заказники республиканского значения, памятники истории, культуры и архитектуры. Основные мероприятия по развитию территории отражены в Государственной программе социально-экономического развития и комплексного использования природных ресурсов Припятского Полесья на 2010—2015 годы (Указ Президента Республики Беларусь от 29 марта 2010 г. № 161) и направлены на сохранение в естественном состоянии уникальных природных комплексов Полесья, создание благоприятных условий для жизнедеятельности населения и развитие туризма. Приоритетность развития туризма предусматривает оценку туристско-рекреационного потенциала, создание инфраструктуры для агроэкологического, экскурсионно-познавательного, водного, спортивного, оздоровительного и трансграничного туризма. Полесско-Туровская культурно-туристская зона, выделенная

в соответствии с Постановлением Совета Министров Республики Беларусь от 30 мая 2005 г. № 573 «О создании туристских зон», включает Мозырский, Калинковичский, Житковичский, Петриковский и Наровлянский районы.

Оценка природного ресурсного потенциала базировалась на результатах анализа и изучения туристско-рекреационного потенциала административных районов зоны и возможностей его использования. Мозырский, Житковичский, Калинковичский и Петриковский районы должны позиционироваться, прежде всего, как центры экологического туризма. Часть территории Наровлянского района находится в границах Полесского радиационно-экологического заповедника, который не входит в систему особо охраняемых территорий. Туры в заповедник организываются по специальному разрешению в сопровождении научных сотрудников НАН Беларуси, предполагают изучение последствий Чернобыльской экологической катастрофы.

Основные памятники истории, культуры и архитектуры туристской зоны сконцентрированы в административных центрах: Мозыре, Петрикове, Наровле, а также в культурно-туристических центрах — Туров и Юровичи. Базовым условием развития туризма является туристическая инфраструктура. Полесско-Туровская культурно-туристская зона имеет развитую инфраструктуру, представленную гостиницами, агроусадьбами, туристическими фирмами, музеями, объектами питания и развлечения.

Роль Полесско-Туровской культурно-туристской зоны в развитии туризма определяется долей данной территории в формировании 42 % всех туристических потоков Гомельской области, 39—40 % всей выручки от размещения в гостиницах области. Лидирующим районом по приему туристов в зоне является Мозырский район, который принимает 45 % общего числа туристов зоны и около 19 % Гомельской области. Анализируя динамику въездных, выездных и внутренних потоков за последние 10 лет, прогнозные показатели показывают рост туристической подвижности населения туристской зоны. Ожидается рост въездных (до 1800 чел. в 2015 г.), выездных (12 000 чел.), внутренних (97 470 чел.) туристических потоков. Преобладание в структуре туристических миграций выездных потоков обусловлено неблагоприятной экологической ситуацией в ряде районов, отсутствием конкурентоспособного местного туристического продукта.

Турпродукт Полесско-Туровской культурно-туристской зоны представлен двумя ключевыми направлениями: экологическим и экскурсионным. Экологический турпродукт включает авто-, водные и пешие маршруты по НП «Припятский», заказникам, отдых в агроусадьбах и рассчитан на потребителей любого возраста со средним достатком. Продукт характеризуется несоответствием показателя цена-качество, недостаточным информационным обеспечением. Стратегическое решение: расширение клиентской базы за счет расширения предложения для отдыха, развлечений, возможности организации экскурсий; реклама продукта. Формирование цены должно базироваться на стратегии фокусирования на подсегменте на основе дифференциации, которая ориентирована на узкий сегмент покупателей и предложение турпродукта, более полно удовлетворяющего потребности покупателей. Снижение стоимости — за счет минимизации издержек производства услуг. Основными потребителями экскурсионного турпродукта являются школьники и студенты. Необходимо осуществление стратегии диверсификации турпродукта, которая заключается в привлечении покупателей за счет максимального отличия продукции от аналогичной продукции конкурентов, поиск новых рынков сбыта.

Основные мероприятия по продвижению включают: формирование имиджа Полесско-Туровской культурно-туристской зоны, доступность информации, рекламу туристических возможностей зоны на туристических выставках, семинарах и презентациях; анализ деятельности конкурентов, рынка сбыта, модернизацию и адаптацию продуктов к требованию рынка для достижения ими высокого уровня конкурентоспособности.

Результаты исследования могут быть использованы при разработке Программы устойчивого развития туризма Полесско-Туровской культурно-туристской зоны и при выполнении Государственной программы социально-экономического развития и комплексного использования природных ресурсов Припятского Полесья на 2010—2015 г.