

## СТРАТЕГИЯ ПРОДВИЖЕНИЯ МАЛЫХ ИСТОРИЧЕСКИХ ГОРODOB БЕЛАРУСИ НА ВНУТРЕННЕМ РЫНКЕ ТУРИЗМА

*Сороко П. О., Белорусский государственный университет*

Успешное развитие туризма малых исторических городов определяется их способностью продвигать себя на рынке.

Малые исторические города Беларуси существенно отличаются степенью готовности развивать и продвигать туризм. На фоне всех наибольшим опытом и успехами в развитии туризма обладают Мир, Несвиж, Заславль. Сравнительно высокую динамику продвижения на рынке туризма демонстрируют Туров, Шклов и Мозырь. Первые шаги в развитии и продвижении туризма еще предстоит сделать Славгороду, Чечерску, Юровичам и другим малым городам, более удаленным от крупных целевых рынков, располагающим скромным туристским потенциалом, менее известным имиджем и меньшими финансовыми ресурсами.

Основным инструментом развития туризма малых городов и продвижения его на рынке является маркетинговая стратегия. Каждый город как туристская дестинация уникален и поэтому должен разработать свою собственную, отличную от других городов стратегию, исходя из существующих теоретических положений и накопленного практического опыта.

Принимая во внимание весьма ограниченный туристский потенциал, недостаточную известность большинства малых городов Беларуси и скромные ресурсы для продвижения туристского продукта, большинству из них целесообразно следовать стратегии взаимовыгодного сотрудничества со всеми заинтересованными в нем субъектами туристского рынка и, прежде всего, расположенными по соседству центрами туризма, включая города-конкуренты. Образование подобных стратегических и тактических альянсов, или кластеров, имеет место в практике маркетинга малых городов за рубежом. Эффективность подобной стратегии заключается в том, что в результате сотрудничества создается критическая масса достопримечательностей и услуг, которая в состоянии привлечь гораздо больше туристов и задержать их на большее время, нежели в случае, когда территория продвигала и предлагала бы себя отдельно от соседей. Актуальность и эффективность этой стратегии повышается в современных условиях, когда мобильность белорусских туристов возрастает, а их потребности становятся все более разнообразными. Стратегия сотрудничества особенно целесообразна в том случае, когда соседние дестинации дополняют друг друга в разрезе инфраструктуры, достопримечательностей, видов рекреационной и туристской деятельности.

Стратегия сотрудничества может реализовываться в самых разнообразных формах, включая:

- разработку общих программ обслуживания туристов;
- включение в общие маршруты и обустройство этих маршрутов;
- совместное использование средств размещения, транспорта и другой инфраструктуры;
- выпуск общих рекламно-информационных материалов;
- создание Интернет-сайтов и других электронных ресурсов;
- участие общим стендом в специализированных выставках и ярмарках;
- организацию и проведение мероприятий событийного характера;
- обмен опытом и информацией о рынке;
- координацию программ развития туризма.

В рамках стратегии взаимовыгодного сотрудничества в зависимости от статуса партнера (объекта или центра туризма) малого города выделяются ее разновидности.

Одной из разновидностей подобной стратегии является сотрудничество малых городов с расположенными на небольшом удалении от них большими городами, являющимися крупными туристскими центрами. Очевидно, что города,

расположенные вблизи Минска, включая, прежде всего, Логойск, Заславль и Раков, обречены на сотрудничество со столицей. По этой же причине малым городам необходимо тесно сотрудничать с областными центрами: Ветке с Гомелем, а Шклову и Быхову с Могилевом.

Второй разновидностью стратегии партнерства является сотрудничество собственно малых городов, расположенных сравнительно недалеко друг от друга, что удобно для посещения в рамках одного экскурсионного маршрута. Например, подобный двух- или трехдневный маршрут может включать малые города, расположенные вокруг Могилева: Шклов, Горки, Мстиславль, Славгород и Быхов.

Третья разновидность стратегии партнерства предполагает сотрудничество малых городов с сопредельными территориями и расположенными на них центрами и объектами туризма в зоне радиусом до 30 км. Например, партнерами для подобного сотрудничества для Логойска являются, прежде всего, мемориальный комплекс Хагынь и центры зимних видов спорта, для Турова — НП «Припятский» и заказник «Средняя Припять», а также малые города региона — Давид-Городок, Столин и Микашевичи.

Отдельные малые города, включив в свои программы по продвижению небольшие, но не редко более известные чем они сами на рынке объекты и центры туризма, могут, таким образом, не только усилить свой туристский потенциал, но и повысить свою популярность. Сотрудничество малых городов с прилегающими территориями будет способствовать более успешному развитию экологического и сельского видов туризма.

Таким образом, следование стратегии сотрудничества позволит повысить привлекательность малых исторических городов Беларуси, на большее время задержат туристов, будет способствовать вовлечению в сферу туризма и отдыха дополнительных ресурсов и интеграции различных видов туризма и видов рекреационной деятельности, обеспечит более равномерное развитие туризма по территории и распределение рекреационной нагрузки.

## **МАТЕМАТИЧЕСКИЕ ИНСТРУМЕНТЫ ИЗМЕРЕНИЯ АГРОЭКОТУРИСТСКОГО ПОТЕНЦИАЛА РЕГИОНОВ (на примере туристско-рекреационных зон Минской области)**

*Фарносов Д. С., Белорусский государственный университет*

Мировой финансово-экономический кризис усилил необходимость концентрации имеющихся ресурсов и вложения средств в первую очередь в наиболее перспективные, с точки зрения развития агроэкотуризма, регионы. Определение таких регионов может быть основано на математических методах с применением разработанных автором индексных показателей: коэффициента природного наследия ( $k_{nn}$ ) и коэффициента инфраструктуры ( $k_n$ ).

Коэффициент природного наследия показывает, насколько туристская зона обеспечена природными ресурсами для развития сельского туризма, и рассчитывается по формуле

$$k_{nn} = \frac{\sum_{i=1}^n P_{nni} \cdot \delta_{nni} + \sum_{i=1}^n P_{zni} \cdot \delta_{zni} + \sum_{i=1}^n P_{зрi} \cdot \delta_{зрi} + \sum_{i=1}^n P_{зкмi} \cdot \delta_{зкмi}}{P_{mз}} \cdot 100\%,$$

где  $\sum_{i=1}^n P_{nni}$  — сумма площадей национальных парков, га, на территории зоны;  $\sum_{i=1}^n P_{zni}$  — сумма площадей заповедников на территории туристской зоны, га;  $\sum_{i=1}^n P_{зрi}$  — сумма площадей заказников республиканского значения, расположенных на территории туристско-рекреационной зоне, га;  $\sum_{i=1}^n P_{зкмi}$  — сумма площадей заказников местного значения, га;  $P_{mз}$  — площадь туристско-рекреационной зоны, га;