



PL-BY-UA
2014-2020

Funded by
the European Union



Стратегия развития туристического продукта на приграничной территории Августовского канала

Пласка - Сопецкин, июнь 2022 г.

Заказчик:

Гмина Пласка
Пласка 53
16-326 Пласка

Подрядчик:

ГРУППА АПРО
Замбровская ул. 18 Лок. 7
16-001 Клеозин

Настоящий документ разработан в рамках проекта PBU2/0971/18 Трансграничный кластер исторического туризма «Августовский канал» реализуемого в рамках Программы трансграничного сотрудничества Польша – Беларусь – Украина 2014–2020 при дополнительном финансировании из средств Европейского Инструмента Соседства. Авторы несут полную ответственность за содержание этого документа, и ни при каких обстоятельствах не может считаться, что он отражает официальную позицию Европейского Союза.

Содержание

1	ВВЕДЕНИЕ И МЕТОДИКА РАЗРАБОТКИ ДОКУМЕНТА	3
2	ОПРЕДЕЛЕНИЕ ТЕРРИТОРИИ ПЛАНИРОВАНИЯ	5
2.1	Характеристика города Гродно и Гродненского района	5
2.2	Характеристика Августовского повета	10
2.3	Выводы.	14
3	АНАЛИЗ ТУРИСТИЧЕСКОГО ПОТЕНЦИАЛА ТЕРРИТОРИИ, ДЛЯ КОТОРОЙ РАЗРАБАТЫВАЕТСЯ СТРАТЕГИЯ	16
3.1	Анализ природных туристических ресурсов	16
3.2	Анализ антропогенных туристических ресурсов	24
3.3	Туристическая инфраструктура	28
3.4	Местная инфраструктура, связанная с туризмом	39
3.5	SWOT анализ	41
4	ПЕРСПЕКТИВНЫЕ НАПРАВЛЕНИЯ РАЗВИТИЯ ТУРИЗМА НА ТЕРРИТОРИИ, ДЛЯ КОТОРОЙ РАЗРАБАТЫВАЕТСЯ СТРАТЕГИЯ	46
4.1	Тенденции развития туристического спроса и туристических рынков	46
4.2	Сегментация туристических рынков	51
4.3	Оценка привлекательности целевых групп	56
5	ВИДЕНИЕ ТУРИСТИЧЕСКОГО ПРОДУКТА ДЛЯ ПРИГРАНИЧНОЙ ТЕРРИТОРИИ АВГУСТСКОГО КАНАЛА	62
6	КОММЕРЦИАЛИЗАЦИЯ ТУРИСТИЧЕСКОГО ПРОДУКТА АВГУСТСКОГО КАНАЛА	72
7	КОНСТРУКЦИЯ БРЕНДА ТУРИСТИЧЕСКОГО ПРОДУКТА	81
8	ИНСТИТУЦИОНАЛЬНАЯ СИСТЕМА РЕАЛИЗАЦИИ СТРАТЕГИИ	86
9	СИСТЕМА МОНИТОРИНГА И ПЕРЕСМОТРА СТРАТЕГИИ	90
9.1	Мониторинг Стратегии	90
9.2	Оценка реализации Стратегии	91

1 ВВЕДЕНИЕ И МЕТОДИКА РАЗРАБОТКИ ДОКУМЕНТА

Настоящая туристического продукта на приграничной территории Августовского канала (далее – "Стратегия") разработана в рамках проекта *PBU2/0971/18 „Трансграничный кластер исторического туризма «Августовский канал»* реализуемого в рамках Программы трансграничного сотрудничества Польша – Беларусь – Украина 2014–2020. Основанием для его разработки послужило соглашение, заключенное между гминой Пласка – руководителем проекта и его подрядчиком.

Данный проект реализуется в рамках трансграничного партнерства гмины Пласка (Польша) – лидера проекта и партнера из Республики Беларусь: Сопецкинского сельского исполнительного комитета. Основной целью проекта является повышение конкурентоспособности и потенциала района Августовского канала как уникального продукта трансграничного культурно-исторического туризма и туристической дестинации

Стратегия была разработана с использованием экспертного метода и метода участия. Анализ проводился на основе статистических данных, имеющейся информации о туристическом потенциале территории исследования, применяемых на практике методологий и подходов к территориальному планированию и разработке туристических продуктов и функций территориальных единиц с учетом ключевых для целей Проекта трансграничных аспектов.

Разработанная Стратегия касается области, функционально связанной с Августовским каналом по обеим сторонам границы. Разработка настоящей Стратегии для всей Польской и Белоруской зоны Августовского канала значительно снижает риски принятия решений и уменьшает дефицит информации, касающейся инвестиционной политики в туристическом секторе на приграничной польско-белоруской территории крайне важного в природном и туристическом смысле Августовского канала. В результате будет обеспечена необходимая координация инвестиционной политики отдельных территориальных субъектов приграничной зоны, которая в свою очередь обеспечит способы воздействия на местные органы с целью координирования их действий в соответствии со стратегическими направлениями развития. Улучшится также

коммуникация между общественно – хозяйственными партнёрами, так как Стратегия будет важным источником информации об ожидаемых направлениях развития ситуации и намерениях локальных властей приграничной зоны.

Разработанная стратегия также сыграет важную роль в продвижении и позиционировании региона, демонстрируя цели развития приграничной зоны для увеличения её привлекательности для туристов и особенно заграничных инвесторов.

2 ОПРЕДЕЛЕНИЕ ТЕРРИТОРИИ ПЛАНИРОВАНИЯ

В соответствии с положениями концепции Проекта Стратегия касается зоны, функционально связанной с Августовским каналом. Сам Августовский канал имеет протяженность более 100 км и определение его функциональной территории несёт определённые сложности.

Это прежде всего задача определения принятых критериев и реального характера функциональных связей. Другими словами различных видов взаимодействия, в том числе первичных (экономических, миграционных, туристических, научно-исследовательских и личных) а также вторичных связей (которые являются проявлением первичных – транспортных и телекоммуникационных).

Трансграничный водный путь, каким является Августовский канал объединяет функции туристические и рекреационные, связанные с путешествием по этому пути.

Что касается планирования действий аналитического и исследовательского характера, то предметом планирования являются территории связанных с каналом административных единиц.

На потребности презентации характеристики приграничной зоны, функционально связанной с Августовским каналом, ниже предоставлена общая характеристика обоих основных территориальных субъектов, находящихся в зоне Августовского канала, то есть Гродненского района (с городом Гродно) и Августовского Повета.

2.1 ХАРАКТЕРИСТИКА ГОРОДА ГРОДНО И ГРОДНЕНСКОГО РАЙОНА

Город Гродно и Гродненский район расположены в северо-западной части Республики Беларусь. Город Гродно является административным центром Гродненской области и Гродненского района и имеет статус города областного подчинения, включающего в себя два городских района: Ленинский (правобережье реки Неман, исторический центр города) и Октябрьский (левобережье реки Немана, историческое Занеманское предместье). По состоянию на 1 января 2020 г. население города Гродно составило 356,9

тыс. человек. Гродно занимает третье место в Беларуси по площади (14 198 га), уступая по этому показателю лишь Минску и Бресту.

Население Гродненского района составляет 50,1 тыс. человек и увеличилось в течение 2020 г. на 0,6 тыс. человек. В состав района входят город Скидель, городской поселок Сопоцкин и 360 сельских населенных пунктов (агрогородков, деревень и поселков). Административным центром района является город Гродно, который не входит в состав района. Площадь Гродненского района составляет около 2,6 тыс. кв. км. Это самый большой район Гродненской области. Его особенность – пограничное положение относительно двух государств Европейского Союза. Протяженность границы Гродненского района с Польшей составляет 68 км, а с Литвой – 32,8 км.

В сумме население города Гродно и Гродненского района достигает 407 тыс. человек, что дает около 39,7 % от всего населения Гродненской области (1 025,8 тыс. человек на 1 января 2020 г.). Самыми крупными населенными пунктами Гродненского района, помимо города Гродно, являются:

- город Скидель, имеющий официальный статус города спутника для Гродно – 10,3 тыс. человек;
- городской поселок Сопоцкин, расположенный рядом с Августовским каналом – 1,0 тыс. человек;
- а также несколько агрогородков – больших деревень, большинство из которых до середины XX в. являлись местечками и сохранили многие достопримечательности, связанные с трансграничным историко-культурным наследием: Гожа – около 900 человек, Вертелишки около 3 200 человек, Поречье – 2 800 человек, Озёры – около 2 700 человек, Индура – около 1 300 человек, Одельск – более 600 человек.

Население города Гродно до 2019 г. неуклонно росло. Однако в 2019 г. было зафиксировано уменьшение населения города Гродно. Население Гродненского района медленно сокращается – за последние 10 лет на 3 200 человек. В Гродненском районе численность сельского населения составляет 38,8 тыс. человек, а городского населения – 11,3 тыс. человек. Однако, принимая во внимание, что на территории района расположен город Гродно, численность городского населения на территории, охваченной данной стратегией, можно считать в 368,2 тыс. человек или 90,5 % от всего населения города Гродно и Гродненского района.

Как и во всех странах Восточной Европы в Гродно и Гродненском районе наблюдается процесс старения населения. Особенно заметны эти негативные демографические тенденции в сельской местности.

В городе Гродно население моложе трудоспособного возраста составляет 19,5%, а в районе - 16,8%. Лица трудоспособного возраста составляют 61,2% населения Гродно и 55% населения района. Растет доля населения старше трудоспособного возраста, которое в городе составляет 19,3%, а в районе - 28,2% населения.

Город Гродно является важным транспортным узлом, потенциал которого используется недостаточно. В городе расположены железнодорожный вокзал и автовокзал. Гродненский аэропорт (18 км восточнее города) осуществляет только один регулярный рейс в Калининград (Российская Федерация), а также чартерные рейсы в туристический сезон в Болгарию, Турцию и Черногорию. Через железнодорожную станцию Гродно ежедневно осуществляется отправление до 30 пар поездов: 7 международных, 4 республиканских и 19 пригородных. Международное сообщение осуществляется только с Польшей (Кузница, Белосток, Краков) и Россией (Москва).

Важнейшей автотрассой на территории Гродненского района является магистраль М 6 Минск – Гродно (через Воложин, Лиду, Щучин, Скидель). Помимо магистрали М 6 через территорию Гродненского района проходят следующие республиканские автомобильные дороги: Р 42 (Гродно – Гожа – Привалка (граница с Литвой, на Друскининкай), Р 44 (Гродно – Ружаны – Ивацевичи), Р 99 (Гродно – Берестовица – Пограничный (граница с Польшей) или на Волковыск), Р 145 (Гродно – Острино – Радунь – Дотишки (граница с Литвой), а также местная дорога Гродно – Сопоцкин (Августовский канал). Полностью утратила транспортное значение река Неман, по которой до 60-х гг. XX в. осуществлялись интенсивные пассажирские и грузоперевозки. В настоящее время в Гродно используется с туристическими целями лишь один прогулочный теплоход «Ольга Соломова».

Город Гродно и Гродненский район являются центром экономической и социально-культурной жизни для всего региона. В 2019 г. в городе Гродно было зарегистрировано 4 522 организации, официально осуществляющие различного рода деятельность. В Гродненском районе – 1 072 организации. Таким образом, в сумме на территории

Гродно и района осуществляли деятельность 5 594 организации или 48,9 % от всех официально зарегистрированных организаций в Гродненской области (11 450).

Социально-культурная сфера города Гродно и Гродненского района представлена целым рядом учреждений образования, здравоохранения и культуры. Сфера образования города Гродно включает в себя учреждения дошкольного образования (ясли и детские сады), общего среднего образования (лицеи, гимназии и школы), профессионально-технического и среднего специального образования (колледжи, профессионально-технические училища и профессиональные лицеи), учреждения высшего образования (университеты и институты).

Основная часть учреждений профессионального образования Гродненской области сконцентрирована в городе Гродно. Здесь находятся все 4 высших учебных заведения области, 11 из 19 учреждений среднего специального образования (колледжей) и 4 из 17 учреждений профессионально-технического образования Гродненской области. Система профессионального образования на территории Гродненского района представлена одним учреждением – Скидельским государственным сельскохозяйственным профессиональным лицеем.

Промышленный потенциал города Гродно насчитывает более 340 субъектов хозяйствования, в том числе 92 основных или валообразующих предприятий. Из них 30 – республиканской подчиненности, 21 – коммунальной (местной) подчиненности, 41 юридическое лицо без ведомственной подчиненности (как правило, частной формы собственности). Более 60 этих предприятий зарегистрированы как резиденты свободной экономической зоны «Гродноинвест». Всего на начало 2019 г. в экономике города было занято 168 200 человек, а в экономике Гродненского района – 27 000 человек. Тенденции экономических изменений приводят к постепенному сокращению численности работников на производстве и увеличению числа работников в сфере услуг.

Ведущее место в промышленном комплексе города Гродно и всей области принадлежит крупному предприятию нефтехимического комплекса Республики Беларусь – ОАО «Гродно Азот», на долю которого приходится 32,0 % общегородского объема производства промышленной продукции. Уникальными предприятиями города Гродно, являются предприятия машиностроения и металлообработки: ОАО «Белкард» (карданные передачи и валы), «ГРОДТОРГМАШ» (посудомоечные машины и торговое

оборудование), «Гродненский механический завод» (газовые автоцистерны), «БелТАПАЗ» (токарные патроны), «Радиоволна» (наборы запорных устройств, электромеханические комплекты).

Гродненская область считается в Беларуси одной из самых успешных в плане развития сельскохозяйственного производства, лидирующие позиции в котором принадлежат Гродненскому району. Поэтому промышленность города Гродно представлена сразу несколькими успешными предприятиями пищевой промышленности: ОАО «Гродненский мясокомбинат», СООО «Квинфуд», ОАО «Молочный Мир», УДП «Гродненский консервный завод», ОДО «Фирма АВС», РУПП «Гроднохлебпром», ОАО «Гродненский ликеро-водочный завод», ООО «Биоком». На территории города успешно функционирует одно из старейших промышленных предприятий республики – ОАО «Гродненская табачная фабрика «Неман», которая сохраняет ведущие позиции на своем рынке уже более 150 лет. Важное место занимают также строительная, мебельная и легкая промышленность

Основными промышленными предприятиями на территории Гродненского района являются ОАО «Скидельский сахарный комбинат» и ОАО «Агрокомбинат «Скидельский».

Гродненский район занимает лидирующие позиции в сельском хозяйстве Республики Беларусь, производя 20 % всей сельскохозяйственной продукции Гродненской области. Сельское хозяйство района представлено 13 сельскохозяйственными производственными кооперативами. Это современные крупные товарные производства, за которыми закреплено 96 тыс. га сельскохозяйственных угодий, в том числе 73 тыс. га пашни. Производством молока в районе занимаются 49 молочно-товарных ферм. Основные сельскохозяйственные отрасли Гродненского района – это мясомолочное животноводство, птицеводство, производство зерна, сахарной свеклы, рапса, картофеля и овощей. В структуре товарной продукции мясо занимает 40 %, молоко 18,6 %, сахарная свекла 8,8 % и зерно – 8,1 %.

Лестное хозяйство Гродненского района представлено двумя субъектами хозяйствования: государственным лесохозяйственным учреждением «Гродненский лесхоз» и государственным лесохозяйственным учреждением «Скидельский лесхоз». Лесхозы регулируют посещение лесов, организацию охоты и рыбной ловли, а также сами оказывают туристско-экскурсионные услуги.

Важной особенностью развития туризма является многонациональный состав населения города Гродно и Гродненского района. Традиционно считается, что на территории белорусского Понеманья наиболее значительными национальными общинами, помимо белорусов (62% населения города Гродно и 56% населения Гродненского района), являются польская, литовская, еврейская и татарская. В настоящее время поляки составляют 19,7% населения Гродно и 34% населения Гродненского района, русские – 12,2% населения Гродно и 7,8% населения Гродненского района. Однако, статистика начала XXI в. убедительно свидетельствует, что в качестве этнокультурного сообщества сохранилась только польская община. Литовское и еврейское культурное наследие представлено исключительно историческими памятниками и достопримечательностями без значительного населения. Татарское население проживает преимущественно на территории Ивьевского района.

2.2 ХАРАКТЕРИСТИКА АВГУСТОВСКОГО ПОВЕТА

Августовский повет расположен в северо-восточной части Польши, в Подляском воеводстве, на территории „Зеленых легких Польши”. На востоке граница повета совпадает с государственной границей Польши с Республикой Беларусь. На западе граничит с Элкским поветом, расположенным на территории Варминско-мазурского воеводства. На севере – с Сувалкским поветом (гмина Рачки) и Сейненским поветом (гмина Гибы), а на юге – с граевским, моньским и Августовским поветами. В состав повета входят: город Августов, город и гмина Липск, а также гмины: Августов, Барглов, Новинка, Пласка и Штабин.

Общая площадь Августовского повета составляет 1658,27 км², в том числе городов: Августова и Липска – 85,90 км² и сельской местности – 1572,37 км². Население Августовского повета составляет 60962 человека. Центром повета, как административным так и социальным является город Августов.

Через территорию Августовского повета или в непосредственной близости проходят важные автомобильные и железнодорожные пути. Августовский повет находится на территории проектируемой транзитной дороги „ВИА БАЛТИКА”, соединяющей страны

Прибалтики и Скандинавии с западной и южной Европой. Всего через территорию повета проходит 1231,20 км дорог.

Повет расположен на Августовской равнине, которую геоморфологи относят к макрорегиону Литовское Поозерье. На территории повета под охраной находится территория общей площадью около 110,8 тыс. га, то есть 67% поверхности. Это прежде всего земли национальных парков: Вигерского и Бебжанского, общей площадью около 9,4 тыс. га; область охраняемого ландшафта – „Пуща и Августовские озера” и „Долина Роспуды” общей площадью около 98 тыс. га; а также природные заповедники общей площадью около 3,6 тыс. га.

Августовский повет расположен на стратегических дорожном и железнодорожном маршрутах. Система путей Августовского повета включает в себя дороги общего пользования, железнодорожные линии и водный путь.

Через Августовский повет проходят важные транспортные пути. К ним относятся:

дороги государственного значения:

- Nr 8 Государственная граница – Будиско – Сувалки – Августов – Белосток „ВИА БАЛТИКА” ,
- Nr 16 Элк – Августов – Огородники – Государственная граница,
- Nr 61 Августов – Граево – Ломжа,

дороги регионального значения:

- Nr 664 Рачки – Августов – Липск – Липщаны – Государственная граница,
- Nr 673 Липск – Домброва Белостоцкая,

железнодорожная линия: Государственная граница – Тракишки – Сувалки – Августов – Пласка „РЭЙЛ БАЛТИКА” .

Через территорию повета проходит железнодорожная линия: Варшава – Пласка – Августов – Сувалки – Тракишки – (Государственная граница) „РЭЙЛ БАЛТИКА”, на участке Пласка – Сувалки (од 45,200 км до 87,800 км), протяженностью 42,600 км, находящаяся в

ведении Управления железных дорог в Белостоке. Линия состоит из одного пути и имеет государственное значение. На территории повета линия находится в хорошем техническом состоянии. Максимальная скорость движения поездов на линии составляет 90 км/ч.

Водной артерией повета является акватория Августовского канала, соединяющего Бебжу с Неманом. Его протяженность составляет 102 км, в том числе 80 км на польской территории и аж 77,5 в состоянии полной готовности. Акватория канала состоит из 45 км искусственных выкопов, 35 км измененных бассейнов рек и 22 км озёр.

На конец 2020 года на территории повета проживало 58 068 человек, в том числе 29 636 женщин. Общая численность населения повета из года в год сокращается. За последние 15 лет численность населения существенно не уменьшилась (<1%). Количество людей, живущих в сельской местности, сокращается, а число городских жителей увеличивается. Ожидается дальнейшее увеличение числа городских жителей, при уменьшении числа сельских жителей и преобладании женщин над мужчинами, при уменьшении общей численности населения повета.

Плотность населения в повете неравномерна. В целом по повету она составляет 35 человека/км². Показатель плотности населения (ниже среднего по стране – 123 чел/км²) является самым высоким в гмине городе Августов (368 чел/км²). Население традиционно сосредоточено в основном в городах. Небольшая численность населения характерна для всего повета, а также для большинства территорий с высокой степенью лесистости, заболоченности, природоохранных и пограничных территорий (гмины Липск, Новинка, Пласка).

Структура населения по возрастным группам территории повета указывает на то, что в 2019 году доля самой молодой возрастной группы (до 14 лет) в общей численности населения составляла 17,1%, а соответствующая доля самой старшей возрастной группы (65 лет и старше) – 21,3%.

В 2004–2018 гг. в Августовском повате было зарегистрировано уменьшение числа лиц моложе трудоспособного возраста почти на 30%, возраст в трудоспособном возрасте – на 3%, а лиц старше трудоспособного возраста – на 7%. Демографические прогнозы для Августовского повата предполагают постепенное увеличение доли населения в возрастной группе 65 лет и старше.

В Августовском повате все средние школы располагались в городе Августов. В 2019 году общее среднее образование проходило в 2 школах, расположенных в городе Августов. Профессиональное образование можно было получить в четырех школах: 2 технических школах и 3 базовых профессиональных школах (включая одну специальную школу).

Одной из особенностей рынка труда Августовского повата является доминирование сельского хозяйства в социально-экономических структурах, что связано с феноменом перенаселенности аграрных районов. В ближайшие годы следует ожидать перемещения людей, живущих в сельской местности, некоторые из которых будут искать работу вне сельского хозяйства.

На территории Августовского повата находится 4414 хозяйственных субъектов, более 95% из которых являются частными фирмами. Индивидуальные предприниматели составляют 81% от общего числа субъектов хозяйственной деятельности в повате. Доминирующими субъектами являются розничная и оптовая торговля (21%), промышленная переработка (7,7%), строительство (12%), сельское и лесное хозяйство (5,8%), деятельность в сфере размещения и питания (4,7%).

В повате работают яхтенные верфи Балт Яхт (гмина Августов) и Слеспек (город Августов), которые принадлежат к крупнейшим предприятиям этого типа в Польше и экспортируют большую часть своей продукции в Западную Европу. Кроме того, более мелкие верфи, такие как Тесккас, Мираж, производители каноэ и лодок и поставщики материалов: Брансуик, Маринес, Демекс и др.

В 1951 г. в городе открылась промышленная табачная фабрика (район известен выращиванием маюорки); в настоящее время завод принадлежит концерну British American Tobacco и производит, в том числе, Pall Mall, Kent, Lucky Strike, Vogue и сигареты Jan III Sobieski.

Другими предприятиями в городе Августов являются производитель сельскохозяйственной техники ПОМ и дорожная компания APB S.A./ВМТІ. Кроме того, в городе развивается пищевая промышленность: завод минеральных вод «Августовянка» (вода "Августовянка"), рыболовецкие хозяйства, небольшое деревообрабатывающее производство, расположенное в черте города и его окрестностях благодаря удобному доступу к сырью; лесопильные и столярные мастерские.

Значительная часть территории повета используется для сельскохозяйственного производства (76,6 тыс. га). Развитию сельского хозяйства способствует хорошее состояние природной среды и традиционно высокая сельскохозяйственная культура во многих хозяйствах. Преобладающей сферой производства в индивидуальных хозяйствах является растениеводство (корнеплоды, клубника, табак) и животноводство (молочный и мясной скот, свиньи, птица). В районе насчитывается 5996 фермерских хозяйств. Средняя площадь одного фермерского хозяйства составляет 15,6 га. Территории повета являются очень хорошим местом для производства экологически чистых продуктов питания.

Более 45% площади повета покрыто лесами. Большинство лесных угодий находится в государственной собственности. Два крупнейших лесных округа в повете – Августов, Щебра и Пласка – поставляют древесное сырье многочисленным деревообрабатывающим предприятиям. В то же время они обеспечивают хорошо развитую инфраструктуру для туризма и отдыха.

2.3 Выводы.

Территория, охватываемая Стратегией, характеризуется общим и богатым историческим, культурным, религиозным и этническим наследием. Именно это наследие, по своей уникальности и разнообразию, является важнейшим потенциалом региона, на основе которого должны формироваться туристические продукты.

Несмотря на то, что регион расположен на периферии от столичных центров, он хорошо доступен для коммуникации в рамках международных, национальных и межрегиональных транспортных сетей. С другой стороны, необходимо улучшить согласованность и качество местных дорожных связей, которые являются основными каналами доступа к туристическим достопримечательностям по обе стороны границы.

Социально-экономический потенциал территории распределен неравномерно. Город Гродно явно доминирует, являясь важным административным, экономическим, научным и культурным центром национального уровня. Остальная территория имеет сельский характер с несколькими городскими центрами, крупнейшими из которых являются Августов и Скидель. В экономической структуре этих территорий доминирует сельское хозяйство, которое имеет свои особенности в каждой стране.

Сельская местность, и без того малонаселенная, характеризуется негативными демографическими тенденциями. Рост численности населения фиксируется только в городских центрах.

В территориальном и демографическом отношении наблюдается заметная диспропорция в пользу Гродненского района, который вместе с городом Гродно имеет население, превышающее Августовский повет более чем в одиннадцать раз. Аналогичным образом, белорусская часть территории, охваченной анализом, более чем в двенадцать раз больше польской.

3 АНАЛИЗ ТУРИСТИЧЕСКОГО ПОТЕНЦИАЛА ТЕРРИТОРИИ, ДЛЯ КОТОРОЙ РАЗРАБАТЫВАЕТСЯ СТРАТЕГИЯ

3.1 АНАЛИЗ ПРИРОДНЫХ ТУРИСТИЧЕСКИХ РЕСУРСОВ

Природные ресурсы города Гродно и Гродненского района

Большая часть территории Гродненского района располагается в Неманской низменности. Лишь западная часть находится на Гродненской возвышенности. 75 % территории района размещено на высоте 100–170 метров над уровнем моря. На территории локального региона нет значительных перепадов высот, если не считать Замковой горы в историческом центре Гродно, меловых гор в Пышках около Гродно, Сувальской гряды в районе гп Сопоткин Гродненского района и Замковой горы у истоков Лососянки.

Климат на территории Гродно и Гродненского района умеренный – мягкая и влажная зима, теплое и влажное лето. Среднемесячная температура воздуха в январе в 2012–2018 гг. колебалась от $-0,7^{\circ}$ до $-6,5^{\circ}$ (в 2018 г. $-2,2^{\circ}$). Среднемесячная температура воздуха в июле в 2012–2018 гг. колебалась от $+17,1^{\circ}$ до $+20,2^{\circ}$ (в 2018 г. $+19,6^{\circ}$). В последние годы наблюдается тенденция к сокращению весеннего сезона (с пиком температур в мае месяце) и удлинению осеннего сезона. При этом зима со снегом приходит лишь во второй половине января – начале февраля. Эти природно-климатические изменения ограничивают высокий туристический сезон максимум 5 месяцами – с мая по сентябрь, а также крайне затрудняют организацию туризма в низкий сезон.

Природные ресурсы на территории Гродненского района с точки зрения туристической привлекательности включают в себя реку Неман с притоками, Августовский канал, лесные массивы и несколько крупных лесных озер.

На территории Гродненского района протекает 99 рек. Самая известная среди них – это река Неман, которая является национальной рекой для литовцев и белорусов. На берегах реки Неман, в месте, где река меняет направление своего течения с западного на северное, расположен город Гродно. Среди наиболее полноводных рек на территории района выделяются реки Котра, Свислочь, Лососянка, Чёрная Ганьча, Бервенка, Горница.

Также на территории Гродненского района находятся около 30 озер и искусственных водохранилищ. Самые крупные из них расположены в восточной части района: Белое – 557 га, Рыбница – 250 га, Веровское, Молочное, Дервенинское, Зацково, Локно, Можнево, Затока, Глубокое. Особое место среди водных ресурсов Гродненского района занимает Августовский канал – уникальное гидротехническое сооружение 20-х гг. XIX в. на территории Польши и Беларуси, который соединяет бассейны рек Висла и Неман. В начале XXI в. в результате строительства Гродненской ГЭС в районе д. Щечиново появилось большое Гродненское водохранилище.

Река Неман является третьей по величине рекой Беларуси. С точки зрения туризма особый интерес представляет тот факт, что на Немане расположен один из старейших городов Беларуси – Гродно, с высокой концентрацией памятников истории и культуры. Скорость течения Немана составляет всего 1–2 метра в секунду, что делает его привлекательным для организации водных сплавов и походов. Однако, река все больше мелеет и зарастает растениями.

Среди рек Гродненского района особого внимания заслуживает правый приток Немана – река Котра. Она берет свое начало в больших лесных массивах на пограничье Беларуси и Литвы и затем несет свои воды в южном направлении через территорию Щучинского и Гродненского районов. Большая часть ее берегов покрыта древними лиственными и хвойными лесами, что делает сплавы по Котре невероятно увлекательными для любителей зеленого и активного туризма.

В настоящее время организация сплавов по течению рек Неман и Котра через всю территорию Гродненского района в настоящее время затруднена. Несколько лет назад около деревни Щечиново и поселка Береговой в эксплуатацию на Немане была введена Гродненская гидроэлектростанция (ГЭС). Ее плотина полностью перекрыла течение Немана и затруднила очень перспективный водный туристический маршрут (сплав) Котра – Неман – Августовский канал. В настоящее время возможны лишь три отдельных водных маршрута: Котра – Неман (до поселка Береговой), Неман – Августовский канал (от Гродно до Немново) и Августов (Польша) – Августовский канал – Неман – Друскининкай (Литва). В перспективе на искусственном водохранилище на Гродненской ГЭС планируется оборудование специальной зоны отдыха для жителей города Гродно и Гродненского района. В проекте Гродненской ГЭС были запланированы шлюзовая камера и рыбоход, но при строительстве станции они не были реализованы.

Очень богат животный и растительный мир Гродненского района. В его лесах встречается большинство животных и птиц умеренного пояса. На территории района зафиксированы места обитания многих видов, занесённых в Красную книгу Беларуси. Среди них следует отметить такие виды, как: зубр, рысь, барсук, серый журавль, черный аист, бородатая неясыць, малая крачка, медянка, зимородок обыкновенный, зеленый дятел. На территории района произрастают редкие виды растений: венерин башмачок настоящий, наяда большая, баранец, ива черничная, лилия кудреватая, фистулина печеночная, многоножка обыкновенная, прострел луговой.

Больше 30 % территории Гродненского района занято лесом. Самые большие лесные массивы находятся на севере и северо-востоке района – это древняя Гродненская пуца – большой лесной массив в восточной части Гродненского района и северной части Щучинского района, и небольшая часть Августовской пуцы.

Управление данными природными территориями осуществляют: республиканский ландшафтный заказник «Гродненская пуца», республиканский ландшафтный заказник «Озёры».

Республиканский ландшафтный заказник «Гродненская пуца» был создан в 2007 г. путем объединения различных природоохранных территорий по обоим берегам реки Неман. Общая площадь заказника составляет более 20 тыс. га. На территории заказника можно встретить 371 вид растений, 121 вид птиц и 22 вида млекопитающих. Из них 9 видов растений и 12 видов птиц занесены в Красную книгу Беларуси. Заказник является составной частью нескольких важнейших трансграничных экологических лесных и водных коридоров на крайнем северо-западе Гродненской области и прилегающих территориях Республики Польша и Литовской Республики. Он расположен на пересечении миграционных путей животных и растений. Этот природоохранный объект является важным звеном в формировании русел миграции генофонда, хорошо вписывается в национальную и международную экологическую сеть. Лес занимает более 90 % площади заказника. Доминируют сосновые леса, среди которых встречаются участки березы, ели, осины. Особую ценность представляют липняки, дубравы, ясенники вдоль рек Черная Ганча и Марыха. По долинам рек и ручьев сохранились живописные родниковые комплексы. В здешних водах встречаются редкие виды рыб: ручьевая форель, европейский хариус, обыкновенный усач.

Республиканский ландшафтный заказник «Озёры» был создан в 1990 г. на территории Гродненского и Щучинского районов в целях сохранения в естественном состоянии ценных лесо-озерных экологических систем и уникальных природно-ландшафтных комплексов с участием дикорастущих растений и диких животных, относящихся к видам, занесенным в Красную книгу Беларуси. Площадь заказника – около 24 тыс. га. На территории заказника расположена уникальная система ложбинных лесных озер: Белое, Зацково, Антозеро, Берштовское, Долгое. Среди них – самое крупное озеро в Гродненской области – озеро Белое, площадью 5,3 кв. км. Ложбинные котловины озер образуют цепь в пределах древнего тектонического разлома земной коры и являются памятником природы ледникового периода. Основные площадь заказника занимают сосновые подтаежные леса с участием ели, дуба, граба. В составе флоры насчитывается свыше 760 видов высших растений, в т.ч. 100 видов лекарственных, декоративных и пищевых растений. Среди них занесенные в Красную книгу виды: сон-трава, черемша, венерин башмачок, купальник горный и другие. В составе фауны заказника «Озёры» насчитывается 175 видов наземных позвоночных животных, среди которых 21 вид млекопитающих. 6 пресмыкающихся, 8 земноводных, а также 136 видов птиц. На территории заказника обитают 18 видов редких и находящихся под угрозой животных: 2 вида насекомых, 1 вид пресмыкающихся (медянка), 13 видов птиц, 2 вида млекопитающих (рысь и барсук). В настоящее время на территории заказника живет стадо зубров. Государственное природоохранное учреждение «Республиканский ландшафтный заказник «Озёры» осуществляет активную туристско-экскурсионную работу, а также располагает собственным кемпингом. В настоящее время заказник предлагает два двухдневных пеших эколого-туристических маршрута, протяженностью 10 и 12 км, и два водных эколого-туристических маршрута: двухдневный, протяженностью 16,6 км, и четырехдневный, протяженностью 25 км.

Главной достопримечательностью Гродненского района является Августовский канал – уникальное для Восточной Европы гидротехническое сооружение, соединившее бассейны рек Вислы и Немана. Канал был сооружен в 1824–1839 гг. в качестве водного транспортного пути для вывоза местной сельскохозяйственной продукции на рынки Западной Европы, но практически не использовался по назначению в связи изменением экономической конъюнктуры и развитием железнодорожного транспорта. Общая длина канала достигает 103 км, из которых 45 км составляют искусственно выкопанные каналы, 35 км русла рек и 21 км поверхность озер, которые посредством системы шлюзов канал

соединяет в единое целое. По территории Беларуси проходит около 22 км канала: от шлюза Кужинец на западе на границе с Польшей до реки Неман на востоке. Огромный интерес у туристов всегда вызывают действующие шлюзы, которых на канале насчитывается 18 единиц. В том числе 4 шлюза на белорусской стороне канала: Кужинец, Волкушек, Домбровка и четырехкамерный шлюз Немново, в также пять шлюзов-регуляторов.

В 2003 г. Августовский канал был внесен в Государственный список историко-культурного наследия Беларуси. С этого времени он рассматривается не только как памятник истории и культуры, но как перспективный туристический объект. В октябре 2014 г. белорусская сторона внесла Августовский канал в предварительный Список Всемирного наследия ЮНЕСКО в качестве уникального гидротехнического сооружения XIX века. Эксперты ЮНЕСКО посчитали, что сам канал не обладает уникальными признаками как историко-культурный объект, но как природный объект, сформировавшейся благодаря каналу эта территория имеет шансы на включения в Список Всемирного наследия ЮНЕСКО. С конца 2019 г. белорусская и польская сторона начали переговоры и консультации по поводу целесообразности повторной совместной заявки на включение территории Августовского канала в качестве природного объекта в Список Всемирного наследия ЮНЕСКО.

На берегах Августовского канала расположено большое число природных туристических ресурсов. В этом заповедном лесу находятся уникальные окутанные легендами озера: Савек, Черное, Круглое, Ендреня, Кавеня, Зелёнка и Доргуньское. Южнее канала преобладают памятники истории и культуры. Самые известные из них это дворцово-парковый ансамбль магнатского рода Волловичей в Святске (XVIII в.) и усадьба шляхетского рода Гурских в Радзивилках (XIX в.). Помимо этого здесь сохранилось 45 боевых укрытий, бункеров и ДОТов времен Второй мировой войны (Гродненский укрепрайон № 68, т.н. «Линия Молотова»), которые вызывают неподдельный интерес у любителей военной истории.

Природные ресурсы Августовского повета

Через повят простирается Августовская первобытная пуца - один из крупнейших лесных комплексов в Польше. Он занимает площадь около 100 тысяч квадратных метров. ха. Поросший еловыми и сосновыми лесами, он является домом для многих редких, охраняемых видов растений и животных.

Августовская первобытная пуща в основном покрыта лесами - растительными сообществами с хвойными породами. Доминирующей породой является сосна, на долю которой приходится около 78% всех древесных пород. Встречаются также ель, ольха, береза, дуб, ясень и осина. В примеси присутствуют граб, клен, липа мелколистная и лиственница европейская.

В Августовском первобытном лесу произрастают редкие виды растений, которые находятся под охраной: береза низкая, ива черничная, волчий залив, плющ обыкновенный, альпийский шерстистый, плюмаж страусиный, плаун, лилия златоголовая, паскуя, крупноцветковая анемоны, росянки, орхидеи и другие.

Водные растения процветают в озерах и реках. Берега воды покрыты тростниковой растительностью. Наибольшую площадь занимают сообщества тростника обыкновенного и камыша озерного.

В Августовском первобытном лесу обитают лоси, кабаны, косули, олени, волки, лисы, барсуки, енотовидные собаки, выдры, норки, куницы, ласки, горностаи, рыси, бобры и белки. Свой предел распространения имеют многие виды птиц: еловый клест, цветник, длиннохвостая неясыть. Встречаются: черный и белый аист, ястреб, перепелятник, канюк, ворон, подорлик, красный коршун, рябчик, тетерев, глухарь, синица, дятлы, соловей, совы, лебедь, журавль, лысуха, цапля, черный баклан, поганка, скворец, дрозд, канюк, ласточка и многие другие.

Рептилии представлены: гадюкой, ужом, медлительным червем, живой и приткой ящерицей, европейской прудовой черепахой, земноводными: тритоном, обыкновенной жабой, земляным петухом. В реках и озерах водится множество видов рыб: сиг, сиг, корюшка, судак, окунь, лещ, линь, угорь, уклеика, щука, плотва.

В Августовском повяте расположено 55 озер общей площадью 4670 га, в том числе 9 озер площадью более 200 га. Всего озера составляют около 3% площади повята. Большинство озер расположены в городе Августове и гминах Пласка и Новинка.

Два озера являются заповедниками. Озеро Кольно является орнитологическим заповедником, в том числе эвтрофным озером с местами размножения птиц, в основном лебеда-шипунa. Озеро Калейты является ландшафтным заказником. Включает в себя

дистрофическое озеро с хорошо развитой береговой линией и берегами, покрытыми сосновыми лесами.

Озера используются как места для рыбалки и рыбной ловли, а также как места отдыха у воды (купальни, пляжи) и водного туризма (парусный спорт, каноэ). Особенно много туристов отдыхает у озер, расположенных на трассе Августовского канала.

Охраняемые территории составляют примерно 64,09% площади района и включают:

- национальные парки: Бебжанский национальный парк с его охранной зоной и Вигрский национальный парк с его охранной зоной;
- охраняемые ландшафтные территории: Долины Бебжи, Долина Роспуды, Райгородское поозерье, Пуца и Августовские озера;
- Территории «Натура 2000»: особо охраняемые территории среды обитания: Остоя-Вигерска (PLH 200004), Остоя-Августовска (PLH 200005), Долина Бебжи (PLH 200008) и особые зоны защиты птиц: Остоя-Бебжаньска (PLB 200006) и Августовская пуца (PLB 200002). ;
- заповедники: Бжозовый граб, Стара Руда, озеро Кольно, Кози Рынок, Глинки, Куряньские Багно, Малый Борек, Перкуч, Старожин, озеро Калейты;
- экологические земли – 21 участок;
- памятники природы – 61 объект;

Национальный парк Вигры расположен в северо-восточной части Августовской пуцы. В районе парк занимает около 1840 га, что составляет 12% площади парка и около 1% площади района.

Из 46 охраняемых озер самым большим и глубоким является озеро Вигры, через которое протекает река Чарна Ганча. Площадь парка составляет 15 113 га, из которых 396 га находятся под строгой охраной. Леса занимают 9 190 га, воды 2 932 га, сельскохозяйственные и другие земли - 2 991 га. Флора этой территории включает почти девятьсот видов сосудистых растений, более двухсот видов мхов и печеночников, около трехсот видов лишайников и множество видов грибов, слизевиков и водорослей.

Животный мир парка насчитывает около 45 видов млекопитающих и 190 видов птиц. Здесь гнездятся редкие еловые клесты, осадки и большие подорлики. В водах парка обитает 25 видов рыб, основными из которых являются сиг, сиг и озерная форель.

В южной части Августовского повята находится Бебжанский национальный парк – крупнейший национальный парк в Польше и самый крупный и естественный комплекс торфяных болот в Центральной Европе. В Августовском повяте около 7350 га, что составляет около 12% площади парка и около 4% площади повята.

Парк занимает площадь 59 223 га. Площадь лесов в парке составляет 15 547 га, сельскохозяйственных угодий – 18 182 га, а пустошей – знаменитых Бебжанских болот, собственно наиболее ценных экосистем – 25 494 га. Национальный парк Бебжи защищает обширные и неизменные долинные торфяные болота с уникальным разнообразием видов растений, птиц и других животных, а также с природными экосистемами. Установлено присутствие 48 видов млекопитающих, в том числе 10 видов летучих мышей. Есть также волк, выдра, лось и бобр. Здесь находится самое большое лосиное убежище в стране (около 400).

В долине Бебжи наблюдали 271 вид птиц, в том числе более 180 гнездящихся. Этот район является важнейшим убежищем дупеля, подорлика, большого подорлика, белокрылой крачки и коростеля в Центральной и Западной Европе. Это также важная «остановка» для мигрирующих куликов, уток, гусей и журавлей, поэтому долина Бебжи была признана BirdLife International птичьим заповедником мирового значения.

Наиболее интересные части природной среды Августовского повята были выделены в виде 10 заповедников - 6 флористических, 1 флористико-фаунистического, 1 ландшафтно-флористического, 1 орнитологического и 1 ландшафтного. Это: Малый Борек, Козий Рынок, Старожин, Курянские Болота, Бжозовы Гронд, Перкуч, Глинки, Стара Руда, Озеро Кольно, Озеро Калейты.

Крупнейший заповедник – Курянские Багно площадью 1713,62 га, наименьший – Бжозовы Груд площадью 0,08 га.

Комплекс озер и лесов создает специфические климатические условия. Ландшафт района и города, его характер и красота положительно влияют на психическое состояние людей, что весьма эффективно при лечении многих хронических заболеваний. Огромные зеленые насаждения и чистые озера располагают к отдыху и релаксации. Курортные ценности города были оценены по достоинству – решением министра здравоохранения и социального обеспечения от 14 октября 1993 года Августову был присвоен статус курорта.

3.2 АНАЛИЗ АНТРОПОГЕННЫХ ТУРИСТИЧЕСКИХ РЕСУРСОВ

В этой главе содержится описание территории, для которой разрабатывается Стратегия, с точки зрения ее материального и нематериального культурного наследия, культурных учреждений, крупных событий и мероприятий.

Характеристики объектов культурного наследия города Гродно и Гродненского района.

По количеству памятников истории и культуры город Гродно занимает особое место в Республике Беларусь. Его часто называют «городом-музеем под открытым небом» или «королевским городом», поскольку здесь с XII по XVIII вв. здесь подолгу жили гродненские князья, великие князья литовские и польские короли. В настоящее время на территории города Гродно расположено 67 комплексных материальных историко-культурных ценностей (далее – ИКЦ), внесенных в Государственный список историко-культурных ценностей Республики Беларусь, в составе которых насчитывается 448 объектов.

• Оборонная архитектура

- Фортификационные сооружения Гродненской крепости (46 сооружений начала XX в.);
- Фортификационные сооружения 68-го Гродненского укрепленного района (45 сооружений 1940–1941 гг., часть т.н. «Линии Молотова»);
- городища племени ятвягов (дайнава, судинов) Шадинцы и Ясудово.

• Сакральная архитектура

Католическая религия:

- Собор Святого Франциска Ксаверия (ныне Фарный костел, 1678–1705),
- Костел Обретения Святого Креста и монастырь бернардинцев (1602–1618) ,

- костел Благовещения Пресвятой Девы Марии и бывший бригитский монастырь (1642, в настоящее время принадлежит сестрам назаретянкам),
- Костел Матери Божьей Ангельской и монастырь францисканцев (1635),
- Костел Вознесения Девы Марии в аг Одельск (первая половина XVIII в.),
- Костел Вознесения Девы Марии в гп Сопоцкин (1789),
- Костел Пресвятой Троицы в аг Индура (1815),

Православная религия:

- Борисо-Глебская (Коложская) церковь в Гродно (XII в.),
- Церковь Рождества Богородицы и женский монастырь в Гродно (бывший базилианский, 1726–1751),
- Свято-Покровский православный собор в Гродно (1907–1909),
- Церковь Преображения Господня в д. Комотово (1844–1846),
- Церковь Святого Александра Невского в аг Вертелишки (1843–1854),
- Церковь Покрова Пресвятой Богородицы в д. Мильковщина (1908–1909).

Лютеранская религия:

- Лютеранская кирха в Гродно (1912, первая кирха была заложена в 1793 г. с согласия короля Станислава Августа).

Религия иудаизма:

- Большая хоральная синагога (Главная синагога) в Гродно (1896),
- Синагога в аг Индура (1883–1885).

• **Дворцовая архитектура**

- Дворец короля Стефана Батория в Гродно (ныне Старый замок, 1579, изначально замок гродненских князей из династии Рюриковичей, впоследствии готический замок Витовта),
- Королевский дворец в Гродно (ныне Новый замок, 1737–1742, построен как гродненская резиденция короля Августа III),
- Дворец К. Хрептовича в Гродно (ныне Гродненский государственный музей истории религии, 1742–1752),
- Дворец вице-администратора Гродненской королевской экономии (1776–1793),
- Дворец Святополк-Четвертинских в Гродно (1786, здание возводилось для Медицинской Академии Тызенгауза),
- загородная королевская резиденция Станиславово (60–70-е гг. XVIII в.),
- загородная королевская резиденция Понемунь (1771),
- Дворцово-парковый комплекс Волловичей в Святске (1779),

- Дворец гродненского вице-губернатора Максимовича (1803).
- **Архитектурные ансамбли**
 - исторический центр города Гродно (180 зданий),
 - историческая застройка ул. Элизы Ожешко (комплекс из 20 зданий),
 - застройка ул. Советской (комплекс из 19 зданий),
 - застройка ул. Большой Троицкой (комплекс из 14 зданий),
 - застройка ул. Замковой (комплекс из 14 зданий),
 - комплекс Старого замка (7 зданий и сооружений),
 - комплекс Нового замка (5 зданий и сооружений)
 - дом купца Муравьева (около 1890),
 - усадьба шляхетского рода Гурских в Радзивилках (XIX в.).
- **Памятники архитектуры**
 - Каменица Масальских (около 1726),
 - Здание бывшей Гродненской доминиканской школы (30–60-е гг. XVIII в.),
 - «Музыкальный флигель» или «Кривая официна» (около 1765),
 - Дом администратора Гродненской королевской экономии во времена Тызенгауза (1780),
 - Деревянный лярус на территории бывшего бригитского монастыря в Гродно (конец XVIII в.),
 - Старый лярус Гродненской королевской экономии (1765–1780),
 - Старый Гродненский театр (ныне Гродненский областной театр кукол, ошибочно считается «Театром Тызенгауза», около 1793),
 - Пожарная каланча (1902),
 - здание Гродненского реального училища цесаревича Алексея (1907),
 - здание Крестьянского поземельного банка (1913),
 - Дома стрелков (1936),
 - Дом профсоюзов (1955),
 - Дворец культуры текстильщиков (1959),
 - Здание Гродненского областного драматического театра (1984).
- **Природные ценности, созданные человеком (парки, лагуны, каналы и т.д.).**
 - Августовский канал,

- Озеро Юбилейное,
- Гродненский зоологический парк,
- Гродненское водохранилище в районе ГЭС.

Характеристики объектов культурного наследия на польской территории – Августовский повет.

В повете можно найти много интересных мест исторического, культурного и туристического характера, которые, несомненно, могут повлиять на привлекательность маршрута «Шляхом Тызенгауза».

- **Сакральная архитектура**

Католическая религия:

- Костёл Благовещение Пресвятой Богородицы в Янувке
- Костёл Святейшего Сердца Иисуса [и св. Бартломей] в Августове
- Костёл комплекс Богоматерь Скапулярная, в Студзеничне
- Костёл комплекс Воздвижение Креста в Барглове Костельном,
- Православная церковь, ныне Костёл св. Богоматерь Ченстоховская в Августове
- Костёл Богоматерь ангелов в Лейпциге
- Костёл ул. Богоматерь Ангелов в Моники
- Костёл ул. Марии Магдалины в Микашувке
- Костёл ул. Анна в Рудавке
- кладбище в Рудавке
- Костёл комплекс ул. Матфея в Яминахе
- Костёл комплекс Благовещение Пресвятой Богородицы в Красноборе
- Костёл ул. Якуб в Штабине
- Православная церковь, в настоящее время Костёл св. Преображения Господня в Рыгаловцах

Православная религия:

Старообрядческая пристань в Габове Гронд

Религия иудаизма:

- Еврейское кладбище века в Лейпциге
- **Жилая архитектура**
 - деревянная усадьба с прилегающими остатками парка в Нетта Фолварк
 - усадебный комплекс в Цисове
 - бывший почтовый комплекс в Августове
 - железнодорожная станция Августов
 - Туристический дом в Августове
 - усадьба - бывшая Дирекция порта, в Августове
 - здание бывшего водного хозяйства с садом, в Августове
 - команда Яхт-клуба в Августове
- **Архитектурные ансамбли**
 - Городская планировка города план города Августова
 - городской план части города Лейпциг
- **Места национальной памяти**
 - кладбище советских солдат времен Великой Отечественной войны в Августове
 - военное кладбище времен Первой мировой войны в Мачаркахе
 - коллективная могила солдат Войска Польского в Пласке
 - Кладбище ВОВ (советских военнопленных) в Рыголе
- **Природные ценности, созданные человеком (парки, лагуны, каналы и т.д.).**
 - Августовский канал с группой зданий и устройств
 - Городской парк, Рыночная площадь Зигмунта Августа, в Августове

3.3 ТУРИСТИЧЕСКАЯ ИНФРАСТРУКТУРА

Гродненский район с городом Гродно

- **Проживание и питание**

В 2020 г. в Гродненской области действовали 65 гостиниц и аналогичных средств размещения (хостелов, мотелей и гостевых номеров). Из них 46 собственно гостиниц. Число номеров в 2019 г. составило 1 611 номеров, а единовременная вместимость номерного фонда – 2 553 места. Численность лиц, размещенных в гостиницах и аналогичных средствах размещения в течение 2019 г. достигла 155 472 человек (в т.ч. иностранных граждан – 69 620 человек), а коэффициент загрузки всего 30 %. Средний

коэффициент загрузки номерного фонда по Беларуси по итогам 2019 г. составлял 32,2 %, за счет более высоких показателей по городу Минску – 44,4 %.

В январе 2020 г. в городе Гродно функционировало 18 объектов проживания: 12 гостиниц и 6 хостелов. Их общая вместимость составляла 822 койко-места. Наиболее крупными гостиничными комплексами являлись: «Турист» (129 номеров), «Неман» (75 номеров), «Семашко» (42 номера), «Омега» (30 номеров), «Славия» (24 номера и два отдельных апарт отеля), «Спорт» (18 номеров), «Кронон Парк Отель» (15 номеров), апарт отель «Семашко» (13 номеров), «Драйв Отель» (13 номеров), «Prival Hotel» (13 номеров). На капитальной реконструкции находятся два крупнейших гостиничных комплекса Гродно: «Беларусь» (188 номеров – 500 койко-мест) и «Гродно» (110 номеров). Последний из них выкуплен китайским инвестором ООО «Торгово-промышленная корпорация «Цюань Шэн». В 2020 г. планируется частичный ввод в эксплуатацию гостиницы «Беларусь» (на 40 %).

За 2020 год в гостинцах города проживало 66 531 человек, из них иностранцы – 34 432. В 2018 году – всего 65 590, из них 31 834 иностранцы. В 2017 г. – 60 111 постояльцев, в т.ч. 26 096 иностранцев.

По данным Гродненского горисполкома коэффициент загрузки гостиничных комплексов города Гродно государственной формы собственности превышает 40 %. Частные городские отели не предоставляют такие сведения, ссылаясь на коммерческую тайну. Гродненские туристические предприятия традиционно жалуются на нехватку в городе Гродно гостиничных номеров в туристических сезон и в выходные дни. Особенно, если речь идет о размещении большой группы туристов до 50 человек (1 туристический автобус).

Благодаря развитию безвизового туристического движения помимо гостиниц в городе Гродно за несколько лет появилось 9 частных хостелов, которые пользуются большой популярностью у молодежи и иностранных туристов. Предложение по размещению дополняют апартаменты, предлагаемые частными компаниями. Крупнейшей из них является компания «Евроуют», которая предлагает в Гродно 32 арендные квартиры.

В 2018 г. в городе Гродно было 440 объектов общественного питания с общим числом мест 26 443. В Гродненском районе за аналогичный период действовало 60 объектов

общественного питания с общим числом мест 3 754. Индекс товарооборота объектов общественного питания города Гродно в 2018 г. вырос на 14 % относительно показателей предыдущего года. Именно в городе Гродно наблюдается самый высокий рост числа объектов общественного питания – с 356 в 2014 г. до 440 в 2018 г.

По состоянию на 1 декабря 2019 г. в городе Гродно было 478 объектов общественного питания на 27 916 мест. За январь – декабрь 2019 г. открыто 38 новых объектов общественного питания на 1 473 места. В 2020 г. в городе планируется открытие 20 новых объектов общественного питания.

Особое место в туристической инфраструктуре города Гродно и Гродненского района принадлежит санаторно-курортным учреждениям. На территории Гродненского района размещается четыре санаторно-курортных учреждения, в которых насчитывается свыше 1 100 мест:

- Санаторий «Озёрный» (7 корпусов на площади в 17 га, 394 места);
- Санаторий «Поречье» (3 корпуса на площади в 10 га, 345 мест);
- Санаторий «Неман-72» (2 корпуса на площади в 5,6 га, 250 мест);
- Санаторий «Жемчужина» (3 корпуса на площади в 5,2 га, 150 мест).

Санатории Гродненского района специализируются на лечении и профилактике болезней органов дыхания, органов пищеварения, эндокринной системы и нарушения обмена веществ, нервной системы и мочеполовой системы. Все санатории предлагают отдыхающим экскурсионные и досуговые программы, а также разнообразные дополнительные услуги.

- **Туристические маршруты**

В настоящее время на территории Гродненского района на территории Августовского канала существуют девять туристических **велосипедных** маршрутов:

401 – «Августовский шлях» (отмаркировано 25 км): от международного веломаршрута R65 (Финляндия – Греция) в д. Рудавка (Республика Польша) – сезонный пограничный переход «Рудавка-Лесная» – шлюз «Кужинец» – шлюз «Волкушек» (Республика Беларусь) – д. Лесная – шлюз «Домбровка» – переход на правый берег канала – вдоль канала до

хутора Тартак – д. Соничи – радиальный выход к оз. Зелёнка – д. Немново – шлюз «Немново» – туристическая база «Немново».

402 – «Лисья гора» (отмаркировано 72,7 км): туристическая база «Немново» – шлюз «Немново» – д. Головенчицы (пограничная зона) – берег р. Чёрная Ганча – р. Марыха – д. Калеты – оз. Кавеня – оз. Ендреня – д. Лесная – шлюз «Домбровка» – хутор Тартак – д. Новики – гп Сопецкин – д. Радзивилки – туристическая база «Немново».

403 – «Путем магната Волловича» (отмаркировано 40 км): гп Сопецкин – д. Новики (пограничная зона) – оз. Доргуньское – 2-ая пограничная застава им. Ф. П. Кириченко – д. Дорогунь – д. Марковцы – д. Бояры – д. Перстунь – дворцово-парковый комплекс Волловичей в д. Святск – д. Василевичи – гп Сопецкин.

416 – «Гродненская крепость» (72 км, неотмаркирован): д. Загораны – форт № 1 – д. Наумовичи – форт № 2 – д. Лабно-Огородники – форт № 3 – д. Стрельчики – форт № 4 – форт № 5 – д. Коробчицы – форт № 6 – д. Малая Ольшанка – форт № 7 – д. Погораны – форт № 9 – д. Грандичи – форт № 13.

419 – «Райгород» (67 км): урочище Пышки в г. Гродно – по маршруту № 412 до форта № 13 – ул. Грандичская (автодорога Р42) – д. Гожа – д. Пальница – д. Перелом – Гожский биологический заказник (пограничная зона) – д. Шабаны – д. Дуброва – д. Привалка – пограничный переход «Привалка-Райгардас» – д. Швендубре (автодорога А4) – г. Друскининкай (Литовская Республика).

433 – «По следам Ятвягов» (48 км): туристическая база «Немново» – шлюз «Немново» – оз. Зелёнка – д. Соничи – шлюз «Домбровка» – д. Рынковцы – паромная переправа в д. Лесная – застава Усова – доты 68-го Укрперайона – хутор Тартак – оз. Песчаны – д. Радивилки – плотина-регулятор «Куркуль» – туристическая база «Немново».

434 – «Шляхом Тызенгауза» (59 км): площадь Тызенгауза – Советская площадь – ул. Суворова – озеро Юбилейное – д. Коробчицы – пограничный переход «Брузги-Кузница» – д. Богонники (РП) – г. Пласка (РП).

470 – «Август Вело» (49,6 км): пограничный переход «Лесная-Рудавка» – д. Рудавка – д. Домбровка – д. Соничи – туристическая база «Немново» – д. Радзивилки – дворцово-парковый комплекс Волловичей в д. Святск – д. Заречаны – г. Гродно.

Стоит отметить, что из них промаркированы шесть маршрутов: № 401, № 402, № 403, № 419. Остальные являются крайне перспективными для развития туризма в регионе.

В г. Гродно в настоящее время действуют следующие веломаршруты:

412 – «Меловые горы» (31 км): урочище Пышки в г. Гродно (ул. Фестивальная).

418 – «Тропа здоровья» (6,15 км): урочище Пышки в г. Гродно (ул. Фестивальная).

Помимо этого, здесь существуют шесть **водных** маршрутов:

408 – «Неизвестная Европа» (67 км): Августовский канал (Республика Польша) – шлюз «Микашувка» (РП) – сезонный пограничный переход «Лесная-Рудавка» (шлюз «Кужинец») – шлюз «Волкушек» (Республика Беларусь) – шлюз «Домбровка» – плотина-регулятор «Куркуль» – по р. Осташанка – по р. Неман – сезонный пограничный переход «Привалка-Швендубре» – г. Друскининкай (Литовская Республика).

409 – «Августовское колечко» (7,5 км): туристическая база «Немново» – р. Осташанка (до места впадения в р. Неман) – Августовский канал – шлюз «Немново» – плотина-регулятор «Куркуль» – р. Осташанка – туристическая база «Немново».

410 – «Чёрная Ганча» (24 км): «Старый мост» - р. Марыха – р. Чёрная Ганча – д. Кадыш – д. Затишье (до моста).

411 – «Неманский» (65 км): городской пляж г. Гродно (ул. Мостовая) – д. Гожа – д. Плосковцы – д. Шабаны – сезонный пограничный переход «Привалка-Швендубре» – г. Друскининкай (Литовская Республика).

415 – «Котра» (27 км): д. Бершты – р. Котра – д. Головачи – д. Кашубинцы – г. Скидель – д. Огородники (до впадения в р. Неман).

417 – «Озёрный»: д. Салатье – оз. Веревское – оз. Дервениское – оз. Белое – д. Озёры.

Маршрут № 409 является наиболее популярным среди туристов как граждан Республики Беларусь, так и граждан стран-соседей. Вторым по популярности является маршрут № 410: туристам нравятся живописные места Гродненской пуши. На третьем месте маршрут № 411. Маршрут «Котра» (№ 415) является перспективным и в будущем будет доработан для полноценного использования туристами региона.

Также на Гродненщине существуют пять **пеших** маршрутов:

405 – «Немновский» (4 км, кольцевой отмаркированный): туристическая база «Немново» – шлюз «Немново» – плотина-регулятор «Куркуль» – туристическая база «Немново».

406 – «Здесь началась война» (2 км, кольцевой отмаркированный): шлюз «Домбровка» – вдоль Августовского канала к дотам 68-го укрепрайона – хутор Тартак – дом шлюзового мастера – шлюз «Домбровка».

420 – «Купалинка» (4,85 км, кольцевой отмаркированный): санаторий «Жемчужина» – вдоль р. Неман – место отдыха «Купалинка» – урочище Пышки в г. Гродно (ул. Фестивальная) – санаторий «Жемчужина».

421 – «Жемчужный» (5 км): санаторий «Жемчужина» – вдоль р. Неман – место отдыха «Купалинка» – урочище Пышки в г. Гродно (ул. Фестивальная). В противоположную сторону от маршрута № 420.

422 – «Сосновая сказка» (5 км, кольцевой отмаркированный): агроусадьба «Аннета» – вдоль р. Неман – р. Осташанка.

426 – «Королевский» (пешеходный, 7,5 км): ж/д вокзал г. Гродно – ТИЦ – исторический центр города – ж/д вокзал.

427 – «Великокняжеский» (велосипедный, 18 км): ж/д вокзал г. Гродно – ул. Ожешко – исторический центр города – урочище Пышки – ж/д вокзал.

434 – «Шляхом Тызенгауза» (велосипедный 33 км по белорусской части, 26 по польской территории): пл. Тызенгауза в г. Гродно – оз. Юбилейное – агроусадьба «Каралінскі фальварак Тызенгаўза» – д. Коробчицы – д. Брузги – пограничный переход «Брузги-Кузница» – д. Кузница (Республика Польша) – д. Новроволь – д. Шимаки – д. Климувка – д. Малавиче-Дольне – д. Малавиче-Гурне - д. Богоники – д. Драле – Пласка (жилой дом на улице Пилсудского, 1).

В 2018 г. Управлением спорта и туризма Гродненского облисполкома совместно с Союзом Сельских общин Подлясского воеводства в рамках программы МИД Польши «Польская помощь» в районе Августовского канала был реализован проект «Поддержка развития предпринимательства в туризме через развитие инфраструктуры Гродненской области», в рамках которого проложен велосипедный маршрут № 470 “August Velo”(«Август Вело»). Все 49,6 км маршрута промаркированы. Он проходит по территории Августовского канала и соединён с международным маршрутом “Green Velo” («Грин Вело»), проходящим по Подляскому воеводству Республики Польша. В г. Гродно маршрут «Август Вело» в районе ГУК «Гродненская Областная Филармония» на пересечении улиц Суворова и Советских пограничников пересекается с маршрутом «Шляхом Тызенгауза».

ГПУ «Республиканский ландшафтный заказник «Озёры» разработал шесть **эколого-туристических** маршрутов, которые неотмаркированы, из них два – водные:

Маршрут № 1 (10 км, водный): аг Озеры – оз. Белое – кв. 66 Озерского лесничества – оз. Белое – турбаза «Химик».

Маршрут № 2 (12 км, водный): оз. Антозеров д. Новая руда – р. Соломянка – оз. Зацково – оз. Белое – пирс водноспортивной школы.

Маршрут № 3 (14,5 км): д. Стриевка – шоссе Гродно-Озёры – д. Табольская Будка – стоянка экотуризма в кв.173 – река «Речки» – усадьба Гродненского лесничества ГЛХУ «Гродненский лесхоз» – д. Богушовка.

Маршрут № 4 (25 км): аг Озёры – оз. Белое – д. Подбелое – оз. Белое – дамба – оз. Зацково.

Маршрут № 5 (16,6 км): ст. Рыбница – шоссе Гродно-Поречье – стоянка организованного экотуризма в кв. 173 – река «Речки» – д. Табольская Будка – шоссе Гродно–Острино – д. Стриевка.

Маршрут № 6 (15,1 км): ст. Рыбница – шоссе Гродно–Поречье – стоянка организованного экотуризма в кв. 173 – река «Речки» – усадьба Гродненского лесничества ГЛХУ «Гродненский лесхоз» – д. Богушовка.

Августовский повет

- **Проживание и питание**

По данным Центрального статистического управления в 2019 году в Августовском повете было 22 средств размещения для размещения туристов. Всего они предлагали 2 871 мест. В 2019 году ими воспользовались 74 603 туристов, в том числе 11 024 иностранных. Всего было предоставлено 260 953 ночлегов, в том числе 18 404 для иностранных туристов.

Однако анализ туристического потенциала, проведенный в 2020 году, показывает, что туристических объектов, предоставляющих услуги по размещению, гораздо больше. Анализ только статистических данных показывает, что 111 предприятий занимаются здесь деятельностью, связанной с размещением. Большинство из них – агротуристические усадьбы, сельский туризм или квартиры в аренду. Ниже приведена характеристика и спецификация туристической отрасли Августовского повета.

Город Августов является крупнейшим городом Августовского повета, который объединяет важнейшие государственные и муниципальные учреждения, а также частные структуры. Он имеет наиболее развитую туристическую и рекреационную,

культурную и транспортную инфраструктуру. Основными объектами размещения в районе являются:

- ОТЕЛЬ Warszawa Spa & Resort ****
- ОТЕЛЬ Войцех ***
- ALBATROS Hotel&Spa *** в Серви
- ОТЕЛЬ Nad Nettą**
- Пансионат "У Марианны"
- Пансионат "У Марианны" BIS
- Пансион "Żagielek"
- Санаторий "Августов"
- Гостиница Абро
- Amber Bay Conference & Aquapark Августов
- Holiday and Conference Centre AUGUSTOWIA
- Семейные коттеджи в Пшевязи
- Учебно-оздоровительный центр "Дрогоусказ"
- Хостел "Креховяк"
- ОТЕЛЬ НЕСКО
- Курорт АВГУСТ
- Офицерский яхт-клуб РП. Польша
- Центр отдыха Ендрек
- Курорт "Сковронек" на озере Сайно в Августове
- Центр отдыха Крулова Вода
- Центр отдыха Лесьник 1
- Курорт Лесник 3
- Услуги гостиниц и общественного питания BPIS
- БИНДУГА - коттеджи для отдыха
- База отдыха Camp Zatoka
- База отдыха Марина ПТТК в Августове

Второй важной отраслью, отвечающей за обслуживание туристического потока, является сектор общественного питания. Согласно статистическим данным, в этой сфере работает 128 предприятий. В Августове имеется 21 объектов общественного питания различного уровня. Это рестораны, бары, пиццерии, кафе и таверны. Большинство из них предлагают

региональные (подляские, татарские, белорусские), домашние и итальянские блюда (пицца, спагетти).

Характеризуя туристическую индустрию на маршруте Августовского канала, можно сказать, что доминирующую роль играют агротуристические усадьбы, сельский туризм или небольшие пансионаты. В 2019 году насчитывалось 37 объектов, оказывающих услуги по размещению, которые в основном расположены в сельской местности. Они ориентированы, прежде всего, на индивидуальных клиентов из-за пределов региона, а также на нерегулярных клиентов из Августовского повета, которые планируют организовать такое мероприятие, как день рождения, именины, Новый год.

Список объектов для размещения приведен ниже:

- Коттедж Serwy
- Агротуризм у Штабиньских
- Апартаменты Sucha Rzeczka
- Апартаменты Sirvis
- Номера и коттеджи на озере Серви
- Агротуризм - Дариуш Козельский
- Агротуризм - Зофья Ханьчиц
- Отдых на ферме - Мирослав Круль
- Агротуристическая ферма "Сосновый Млодник
- Агротуризм - Данута Сеньковска
- Агротуризм - Ядвига Ядешко
- Агротуристическая ферма - Мариуш Вержбицкий с родителями
- Агротуристическая ферма - Ярослав Кишло
- Номера у озера "Serwy"
- Отдых на ферме - Анета Абрьска
- Старостувка
- Gospodarstwo Gościnne "Arizona"
- Агротуризм у Мышчиньских
- Хостел Przysań
- Агротуризм "У Т-олка
- Фермерский туризм - Ядвига Кузьма
- Ферма агротуризма - Алиция Штуковска

- Отдых на ферме - Ивона Карпиньска
- Коттедж "У Веси" - летний домик
- Отдых на ферме - Ганна Пучиловская
- Lodge "Pod Lasem
- Отдых на ферме - Данута и Ромуальд Ядешко
- Отдых на ферме - Вишневская Алина
- Отдых на ферме - Данута Краузе
- Агротуристическая ферма - Ценжковская Малгожата
- Водная остановка - Jałowy Róg
- Центр отдыха "Лесник I
- Учебно-оздоровительный центр "Агравит
- Учебно-оздоровительный центр "Дрогоусказ"
- Джоанна Себиотко, агротуризм

Клиент из-за пределов региона, т.е. типичный турист Августовского повета, ищет прежде всего тишины и покоя, контакта с природой и знакомства с культурой польско-белорусского пограничья. Наибольший поток туристов наблюдается в летний сезон, а также поздней весной и ранней осенью.

Однако анализ типичных объектов общественного питания на маршруте Августовского канала показывает, что в общей сложности насчитывается 13 объектов. В основном это бары, корчмы и небольшие рестораны, ориентированные на индивидуальных клиентов, особенно туристов или путешественников, а также на случайные свадьбы. Их территориальное распределение выглядит следующим образом: Гмина Пласка: Марина Пласка, Пограничный дом в Пшевенце, Карчма Старожин" Изабела и Ярослав Щенсны, Бар Gastronomiczny Makarewiczny Florian, Гастрономический киоск Вернер Хелена, Гастрономический бар "Zajazd U Lecha", Кафе "Позытывка, Бар "Водник", Бар "Pod Słowikiem" Козельска Маржена, Бар "U Mamy, Бар "U Mamy" Гастрономический бар Станислава Юзефа Корниловича, Бар "Красналь" Чилиньский Марек.

До сих пор потенциал, связанный с приграничным положением, не был использован в достаточной степени малыми индивидуальными предпринимателями из сферы торговли и услуг, а также не было создано туристическое предложение, направленное на иностранного туриста.

- **Туристические маршруты**

Среди наиболее важных туристических маршрутов можно выделить:

Пешеходная тропа Августов - Микашувка: Августов - Заповедник "Озеро Каеты" - Стренковизна - Урочиско Повстанце - Дановске (озеро Близно) - Тоболово - Тартачиско - Фронцки - Окулек - Дворчиско - Брожане - Рыгол - Микашувка.

Пешеходная тропа вдоль Августовского канала: Августов - Путь Наполеона - Войцех - Студзенична - Кемпинг Сирокко - заповедник "Стара Руда" - Черный Брод - плотина Суха Речка - Горчица - Пласка - шлюз Панево - заповедник "Перкуч" - Язы - Микашувка биндуга.

Августов - Микашувка Пешеходная тропа: Августов - Саенек - Лес Стара Руда - Лес Кози Рынек - Лес Крулова Вода - Ганус - Грушки - Сосновек - замок Микашувка.

Пешеходная тропа Августов - Рачки: Августов - Щебра - Млынская пуща - Святое место - Яски - Довспуда - Рачки - Плюшкиймы.

Пешеходная тропа Дановские - Суха Речка: Дановские - Копаница - Тоболово - Серски Лас - Сервы - Суха Речка.

Веломаршрут ЗЕЛЕНЫЙ ВЕЛО. Велосипедный маршрут протяженностью более 2000 км по восточной Польше. Маршрут проходит через пять воеводств: Варминско-Мазурское, Подляское, Люблинское, Подкарпатское и Свентокшиское. Маршрут: Белобжеги - Августов - озеро Сайно - озеро Студзеничене - Пласка - Микашувка - Дворчиско - Фронцки
Веломаршрут AugustVelo: Микашувка - Рудавка - Немново - Гродно

Велосипедный маршрут вокруг Белых и Студзенических озер: Августов, ул. Турыстична - Войцех - Студзенична - Замок Свобода - Пшевенз - Клоновница

Велосипедный маршрут вокруг озера Сайно: Августов, Старая почта - Крулова Вода - Быстрый канал - Саенек - Белобжеги

Велосипедный маршрут вокруг реки Нетта: Белобжеги - Промиски - Курган - Шоново Шлюз - Нетта Первая, - Белобжеги

Велосипедный маршрут долины Роспуда: Белобжеги - Жарново I - Жарново II - Жарново III - Туровка - Бернатки - Прусская Велька - Янувка - Топилувка - Млыниско - Святое место - Юзефово - Щеберка - Щебра - Клоновница

Велосипедный маршрут вокруг озера Кольно: Белобжеги - Подчарнуха - Чарнуха - Подвисовизна - Кольно - Жеписки - Комашувка - Промиски - Габове Грады - Белобжеги

Велосипедная дорожка на Повстанцах: Пшевенз - Урочиско Повстанце - Стренковизна - Пшевенж

Велосипедная дорожка на Кози Рынек: Саенек - Харабунды Зромб - Балинка – Саенек

Тропа Белого Орла: Августов - Войцех, - Студзенична - - Красныбор - Крылатка - озеро Сайно, - Саенек (69,1 км) - Августов

Международный веломаршрут EURO VELO R11. Маршрут проходит от Греции до мыса Нордкап в Норвегии (5 964 км). Маршрут: Национальный парк Бебжа - Таенко - Сосново - Курган, Белобжеги - Августов - Войцех - Студзенична - Суха Речка - Сервы - Дальний Лас - Копаница - Монкине - Брызгель.

Байдарочная тропа по реке Роспуда: Супенье, озеро Роспуда (Филиповска), конец: Августов, озеро Некко

Байдарочная тропа по реке Нетта: Августов, река Нетта, конец: шлюз Дембово

Байдарочная тропа по реке Бебжа: Липск - Русь в устье Нарева

Тропа на каноэ через озеро Сайно и Канал Быстрый: Канал Быстрый – Августов

3.4 МЕСТНАЯ ИНФРАСТРУКТУРА, СВЯЗАННАЯ С ТУРИЗМОМ

В этой главе представлена насыщенность территории так называемой около туристической инфраструктурой, т.е. предоставление туристам дополнительных услуг, таких как коммерческие, медицинские и прочие.

Сфера торговли города Гродно и Гродненского района в 2019 г. была представлена 2 504 розничными торговыми объектами. В т.ч. 2 256 объектов в городе Гродно и 248 торговых объектов в Гродненском районе. В сумме это составляет около 32,9 % от числа всех торговых объектов в Гродненской области (7 621 объектов). Из общего числа магазинов Гродненской области лишь 52 являются торговыми центрами и 467 аптеками. Торговая площадь магазинов города Гродно в 2019 г. достигала 234 182 кв. м., а Гродненского района – 16 893 кв. м. По формам собственности 86,5 % всех торговых объектов Гродненской области находятся в частной форме собственности, 8,8 % – в государственной форме собственности и 4,7 % – в иностранной форме собственности. При этом в 2019 г. в структуре розничного товарооборота предприятия иностранной формы собственности занимали 22,1 %, а частной формы собственности – 66,1 %. Это объясняется тем фактом, что иностранные торговые предприятия Гродненской области представлены преимущественно крупными инвесторами, а частный бизнес – небольшими предприятиями и торговыми точками (индивидуальными предпринимателями). Удельный вес продовольственных товаров в розничном товарообороте организаций торговли достаточно велик. В последние пять лет он устойчиво держится на уровне около 57 %.

В настоящее время в городе Гродно действуют несколько крупных торговых центров, наиболее известным из которых является «Old City». Завершается строительство самого крупного в стране торгово-развлекательного комплекса «Тринити», где под торговлю будет отведено 64,2 тыс. кв. м., а под объекты общественного питания – 6,2 тыс. кв. м.

В сентябре 2019 г. обслуживание населения в Гродненской области осуществляли следующие организации и торговые предприятия:

- 11,8 тыс. розничных торговых объектов с торговой площадью 649,6 тыс. кв. м, в том числе свыше 6 тыс. магазинов с торговой площадью 599 тыс. кв. м;
- 48 рынков с 11,4 тыс. торговых мест;
- 52 торговых центров, в которых функционирует 1 240 торговых объектов и 25 объектов общественного питания.

Система здравоохранения города Гродно и Гродненского района представлена преимущественно государственными учреждениями. В городе Гродно действуют несколько частных медицинских центров, а также находится крупнейшее медицинское учреждение региона – Гродненская областная больница. Всего в учреждениях здравоохранения города Гродно и Гродненского района в 2019 г. работали около 2 900 врачей, более 6 000 человек средних медицинских работников, а в больницах насчитывалось более 3 900 коек. Несмотря на большой потенциал местных учреждений здравоохранения, медицинский туризм на Гродненской области находится в процессе становления и благодаря введению в 2016 г. безвизового туристического режима развивается быстрыми темпами. В настоящее время у иностранных туристов наибольшей популярностью пользуются стоматологические кабинеты и косметологические услуги.

Анализируя туристический потенциал города Августов и приграничной части Августовского повета, следует обратить внимание на то, что район повета менее развит в экономическом отношении. Это в основном связано с меньшим количеством жителей и предприятий в регионе. Город Гродно по размерам похож на Белосток, поэтому возможности экономического развития здесь намного больше, чем у Августова и соседних муниципалитетов.

Согласно статистике за 2019 г. в Августовском повете было зарегистрировано 4414 субъектов народного хозяйства. Наибольшее количество предприятий – это

микропредприятия (4259), малые предприятия (133), средние предприятия (20) и крупные предприятия (3). Большинство предприятий работает в сфере оптовой и розничной торговли (914), строительства (541), промышленной переработки (340), и транспорта (389).

При анализе деятельности, непосредственно связанной с туристическими услугами, следует отметить, что деятельность по размещению туристов осуществляется 111 организациями, деятельность по организации питания – 64, деятельность туроператоров, туристических посредников и турагентов и другие услуги по бронированию и связанные с ними виды деятельности – 27. Кроме того, творческая и культурно-развлекательная деятельность осуществляется 84 учреждением, а спортивно-развлекательная деятельность – 60 организациями.

В Августовском повете находятся 1 больница на 165 больничных коек, 18 аптек, 27 клиник, а с точки зрения торговли – 11 супермаркетов и 2 торговых мест.

3.5 SWOT анализ

Сильные стороны

- Хорошая коммуникационная доступность района в международном и национальном контексте.
- Общая история и наследие региона, проистекающие из того факта, что до середины XX века Августовщина и Гродненщина развивались в рамках одних территориально-административных единиц.
- Ярко выраженный мультикультурализм региона – сосуществование и взаимопроникновение белорусских, польских, литовских, традиций.
- Многочисленные привлекательные объекты и мероприятия, связанные с этническим и религиозным разнообразием региона, как основа для новых продуктов широко понимаемого культурного туризма.
- Августовский канал - один из немногих трансграничных туристических маршрутов на польско-белорусской границе, создает потенциал для развития новых туристических продуктов.

- 2 привлекательные туристические города: Августов и Гродно с интересной историей, большой концентрацией памятников и туристических достопримечательностей и развитым туристическим предложением.
- Привлекательные условия для развития различных форм специализированного (природного, культурного) и активного (пешеходного, велосипедного, водного, конного и лыжного) туризма.
- Большой потенциал реки Неман и Августовского канала, а также небольших рек Лососянки и Котры для развития водного туризма.
- Наличие на территории брендовых и хорошо узнаваемых (фирменных) туристических продуктов, таких как Города Гродно и Августов, Августовский канал и велосипедные маршруты GreenVelo и AugustVelo.
- Хорошие условия для развития экологического образования и образовательного туризма на базе предложения Гродненской и Кнышинской пушчи.
- Постоянно развивающаяся туристическая база и инфраструктура.
- Хорошо развитая система туристических маршрутов с потенциалом их включения в сеть флагманских сетевых туристических продуктов.
- Активно действующие государственные учреждения и неправительственные организации, связанные с популяризацией туризма в регионе,
- Устойчивость и адаптируемость сектора туризма к изменениям, вызванным чрезвычайными ситуациями.

Слабые стороны

- Отсутствие единой стратегии развития региона как туристической дестинации (включая создание тематического туристического продукта, его четкую рыночную позицию и борьбу за целевые рынки).
- Слабый потенциал местного туристического сектора и низкий уровень сотрудничества и интеграции в этом секторе.
- Слишком неэффективное сотрудничество местных партнеров, заинтересованных в развитии туризма в регионе: местное самоуправление – индустрия туризма – лесное хозяйство – ассоциации и т.д.
- Простой и базовый характер большинства туристических услуг.
- Отсутствие целостного и инновационного подхода к туристическому предложению района.

- Относительно низкое качество туристических услуг в контексте знания иностранных языков и компетенций работников туристического сектора, разнообразия туристического предложения, доступности и степени использования электронных систем туристической информации, международной сертификация туристических объектов и других электронных услуг.
- Недостаточно развитая туристическая инфраструктура и ее неравномерное распределение по обе стороны границы.
- Отсутствие последовательной и комплексной информационной политики, включая единую стратегию содействия развития региона.
- Отсутствие согласованной системы управления туристическим движением в приграничной зоне.
- Коммуникационная доступность района и его туристических достопримечательностей требует улучшения на локальном уровне.
- Высокая степень сезонности туристического движения.
- Короткий туристический сезон, нет предложений, влияющих на увеличение туристического потока в низкий сезон.
- Отсутствие характерных брендовых туристических продуктов, рекламирующих регион.
- Местный и не очень привлекательный характер туристических достопримечательностей (за исключением фирменных).
- Небольшое количество мероприятий национального или международного уровня, организованных на территории Проекта, особенно в Августовском повеле.
- Краткосрочный характер пребывания туриста, отсутствие предложений по проведению досуга и более длительному пребыванию.
- Отсутствие специализированных и углубленных исследований по туристическому потоку и мотивам посещения туристами трансграничной территории.
- Слабое использование уникальных культурных ресурсов и этно-религиозного разнообразия региона при формировании и продвижении туристического предложения,
- Воздействие эпидемии COVID-19 на сектор туризма беспрецедентно сильно и с трудом поддается оценке и реагированию.

Возможности

- Членство Польши в Европейском Союзе, что позволяет привлекать средства европейских фондов для реализации трансграничных проектов.
- Трансграничное расположение территории на границе Польши, Беларуси и Литвы, что делает его уникальной дестинацией, привлекающей новых туристов и создающей условия для разработки новых туристических продуктов и трансграничных инициатив в туристическом секторе.
- Растущий интерес туристов из стран Европейского Союза к посещению стран, расположенных непосредственно за внешними границами ЕС, включая Восточную Европу.
- Отмена визового режима для иностранцев, посещающих Гродно и Гродненский район (безвизовое пребывание в рамках «Grodno Visa Free»).
- Удобная инфраструктура пограничных переходов (Рудавка/Лесная, Кузница/Брузги, Бобровники/Берестовица и планируемые Липшчаны/Софиево).
- Положительные прогнозы роста туристического трафика в Центральной и Восточной Европе.
- Тенденции туризма в Европе сфокусированы на активном туризме, пропаганде здорового образа жизни, на активном отдыхе в сочетании с возможностью оздоровления.
- Рост трансграничного шопинг-туризма.
- Повышенный спрос на поездки в выходные дни.
- Увеличение доли доходов, которые граждане государств ЕС выделяют на туристические цели.
- Развитие информационно-коммуникационных технологий и электронных услуг, предназначенных для сектора туризма.
- Возможность использования социальных сетей в качестве инструмента для продвижения региона.
- Наличие системы поддержки туризма и трансграничного сотрудничества в рамках национальных и международных программ.
- Перспективы развития нишевых услуг в ответ на изменения в туристическом спросе, вызванные COVID-19.

Угрозы

- Сложные формальные требования, связанные с пересечением шенгенской границы гражданами стран, не входящих в ЕС.

- Изменение предпочтений и/или перенаправление туристических потоков на другие туристические направления.
- Высокая зависимость туристического предложения от погодных условий.
- Преобразование Августовского канала в рекреационную зону для жителей Гродненского региона и постепенное вытеснение туристов.
- Растущая агрессивная конкуренция со стороны крупных и самодостаточных поставщиков туристических услуг на местном рынке, предлагающих конкурентоспособные, комплексные и позиционированные туристические продукты по выездному туризму.
- Расширение безвизового туристического режима на новые территории Беларуси.
- Углубление различий в привлекательности туристических достопримечательностей и степени развития туризма между отдельными административными единицами территории.
- Ухудшение качества туристического предложения из-за ожидания туристами все более низких цен.
- Потеря ценовой конкурентоспособности туризма на приграничной территории за счет роста конкуренции со стороны национальных и зарубежных дестинаций.
- Недостаточные финансовые ресурсы для реализации планов, связанных с развитием устойчивого трансграничного туризма.
- Недостаточно активная государственная политика по поддержке трансграничного туризма.
- Изменение предпочтений и направлений туристических потоков.
- Неясные и нестабильные правовые нормы и бюрократия – барьер на пути создания и функционирования туристических предприятий.
- Экономический кризис сократил расходы домохозяйств на туристические услуги.
- Чрезвычайные обстоятельства (форс-мажор), препятствующие развитию туризма,
- Неопределенная продолжительность пандемии COVID-19 (включая возможность ее повторения),
- Неизвестные реалии и правила функционирования сектора в новой норме после COVID-19, миграционного кризиса и войны в Украине.

4 ПЕРСПЕКТИВНЫЕ НАПРАВЛЕНИЯ РАЗВИТИЯ ТУРИЗМА НА ТЕРРИТОРИИ, ДЛЯ КОТОРОЙ РАЗРАБАТЫВАЕТСЯ СТРАТЕГИЯ

4.1 ТЕНДЕНЦИИ РАЗВИТИЯ ТУРИСТИЧЕСКОГО СПРОСА И ТУРИСТИЧЕСКИХ РЫНКОВ

Принятая Советом Польской Туристической Организации *Маркетинговая стратегия Польши в туристическом секторе на 2012-2020 гг.*, определяет основные мировые тенденции спроса и предложения в туризме, а также наиболее важные экономические, социально-политические и технологические явления с их потенциальными последствиями. Эти положения во многом согласуются с содержанием Государственной программы «Беларусь гостеприимная» на 2016–2020 гг., утвержденной Постановлением Совета Министров Республики Беларусь № 232 от 23 марта 2016 г. и Проектом Стратегии развития туризма в Республике Беларусь до 2035 г. Выдержка из анализа этих государственных документов представлена ниже.

ТРЕНДЫ	ВЛИЯНИЕ НА ТУРИЗМ
--------	-------------------

ДЕМОГРАФИЧЕСКИЕ	
<ul style="list-style-type: none"> • Старение населения; • Третий возраст (от 50 лет), но те, кто его достигнет, будут иметь лучшее здоровье и большую покупательную способность; • Малые семьи; • Количество более опытных туристов будет расти быстрее, чем общий спрос на туристические продукты; • Демографический спад. 	<ul style="list-style-type: none"> • Повышенные требования к качеству, безопасности и комфорту; легкая и быстрая транспортировка; • Индивидуализация потребностей людей в двух возрастных группах, т.е. 55-65 и 65+, и, следовательно, необходимость дифференциации предложений и системы маркетинговых коммуникаций для этих сегментов; • Общий рост спроса, особенно на поездки в дальние страны и краткосрочное пребывание; рост спроса на поездки в города и другие краткосрочные поездки за границу после сезона; • Повышенный спрос на более тихие места отдыха и развлечений • Повышенный спрос на продукты для одиноких путешественников ("одиночки" и "пустые гнезда") • Повышенный спрос на предметы роскоши и специализированные продукты;

ПОВЫШЕНИЕ УРОВНЯ ОБРАЗОВАНИЯ И КВАЛИФИКАЦИЙ
--

<ul style="list-style-type: none"> • Непрерывное образование. 	<ul style="list-style-type: none"> • Выбор событий, в которых искусство, культура, история и развитие духовности играют важную роль; • Создание продукта, основанного на творчестве; • Повышенный спрос на специализированные продукты; • Развитие профессий "менеджер по продукту", инструкторы и гиды по специальным видам туризма;
--	---

ЗДОРОВЬЕ	
<ul style="list-style-type: none"> • Повышение осведомленности о здоровье 	<ul style="list-style-type: none"> • Медицинские аспекты будут учитываться при выборе места назначения и формы проведения времени; • Активные туры или активные услуги будут все более популярными; • Спрос на оздоровительные продукты (услуги) будет расти;

НОВЫЕ ТЕХНОЛОГИИ	
<ul style="list-style-type: none"> • Повышение роли информации и продаж через Интернет; • Новые формы визуализации через Интернет • Растущая роль в коммуникации и информации мобильного телефона и GPS; • Появление Интернет-сообществ и вытеснение ими роли традиционных рекламных порталов в маркетинговых коммуникациях. 	<ul style="list-style-type: none"> • Навигация для сравнения предложений и составления поездок из доступных модулей и сделать прямые бронирования, включая низкие, рекламные цены; • Виртуализация экскурсий, презентация аттракционов в 3D; • Разработка приложений мобильной информации и бронирования, • Важность новых технологий и GPS будет возрастать в продвижении. Роль глобальных инструментов Facebook может снизиться в пользу других новых; • Необходимость создания порталов для накопления продуктов, предлагая расширенные продукты (например, через авиакомпании и туристические агентства).

СВОБОДНОЕ ВРЕМЯ	
<ul style="list-style-type: none"> • Давление повседневной жизни и разнообразные потребности сократят бюджет на поездки. 	<ul style="list-style-type: none"> • Более дешевые поездки, более короткие поездки, с необходимостью отдыха; • Отказаться от одного длительного отпуска в пользу нескольких более коротких.

ТРАНСПОРТ	
<ul style="list-style-type: none"> • Дешёвые авиакомпании увеличат свою 	<ul style="list-style-type: none"> • Короткое пребывание рядом с домом, с

<p>долю на рынке, но столкнутся с горизонтальной интеграцией;</p> <ul style="list-style-type: none"> • Рост проблем с организацией дорожного движения; • Увеличение количества высокоскоростных поездов. 	<p>легким доступом;</p> <ul style="list-style-type: none"> • Снижение значения транспортных компаний; • Развитие морских путешествий; • Время в пути будет влиять на выбор места отправления; • Перебронирование.
--	---

ИЗМЕНЕНИЕ КЛИМАТА	
<ul style="list-style-type: none"> • Потепление климата и возникновение погодных аномалий. 	<ul style="list-style-type: none"> • Повышение средней летней температуры приведет к перемещению рекреационного типа "3 S" (sea, sun, sand) дальше на север; • В ближайшие годы изменение климатических условий в Европе может привести к фундаментальным изменениям в структуре путешествий и повлиять на выбор направления.

УСТОЙЧИВОСТЬ	
<ul style="list-style-type: none"> • Экологическая сознательность будет продолжать расти. • Роль инвестиций в устойчивое региональное развитие будет возрастать. 	<ul style="list-style-type: none"> • Вырастет значение региональных мест назначения, повысится привлекательность "девственных" районов и регионов, увеличится спрос на экологический туризм и природоохранную продукцию; • Туристы будут отдавать предпочтение местам, где местное население готово принимать посетителей, а качество обслуживания будет возрастать; • Диалог между партнерами имеет важнейшее значение для содействия гармоничному и устойчивому развитию туризма; партнерство должно быть центральным компонентом деятельности на всех уровнях (европейском, национальном, региональном, государственном и частном); • Больше внимания следует уделять показателям плотности и емкости туристического потока; • Необходимо повысить роль качества окружающей среды; • Перенос затрат на устойчивое развитие территорий на бюджет туристов (экологические сборы); • Экологическая ответственность может стать конкурентным преимуществом для туристических продуктов, особенно на европейском рынке; • Внедрение экологических брендов.

БЕЗОПАСНОСТЬ	
<ul style="list-style-type: none"> • Сохранение и углубление местных кризисов, терроризма, загрязнения окружающей среды; • Политические беспорядки в различных регионах мира. 	<ul style="list-style-type: none"> • Увеличение расходов на безопасность; • Критические туристы будут быстрее сообщать о жалобах, если предлагаемый продукт не соответствует стандартам; • Рост экологических и экологических жалоб; • Требуется гибкость для стран и индустрии туризма в случае чрезвычайных ситуаций; • Временные изменения спроса.

СТИЛЬ ЖИЗНИ	
<ul style="list-style-type: none"> • Все больше и больше потребителей с утонченным вкусом открыто выражают свои потребности; • Стил жизни в западном обществе постепенно меняется - все большее значение приобретают индивидуальные потребности; • Новые потребители с развивающихся рынков. 	<ul style="list-style-type: none"> • Более критическое отношение к качеству и соотношению цены и качества; • Альтернативные способы тратить деньги и время будут конкурировать с отпускными поездками, а различные направления и стандарты проживания будут конкурировать друг с другом; • Более разнообразное поведение клиентов: "Скромные праздники в этом году, роскошные праздники в следующем году, далеко в этом году, близко в следующем году"; • Опыт приведет к пересмотру привлекательных мест, изученных в прошлом ("назад к основам"); • Снижение спроса на полностью организованные туры; • Поставщики услуг извлекут больше пользы, если смогут создавать совершенно новые продукты, выделяющиеся на фоне других благодаря добавленной стоимости; • Создание новых нишевых сегментов в туристическом спросе.

УПРАВЛЕНИЕ МАРКЕТИНГОМ	
<ul style="list-style-type: none"> • Развитие инноваций; • Политика активного туризма; • Децентрализация; • Политика субсидиарности Европейского Союза; • Совместные проекты по продвижению (ЕС, V-4 («Вышеградская четверка»), трансграничные). 	<ul style="list-style-type: none"> • Туристические агентства должны сосредоточиться на нишах и их роли в качестве экспертов по туризму. Предложение будет сосредоточено на оказании поддержки клиентам до и во время путешествия; • Будет много европейских программ поддержки, таких как "Калипсо" (для пожилых людей); • Маркетинг мест станет более важным; • Значение маркетинга на региональном и местном уровне будет возрастать, а роль национальных туристических

	<p>организаций будет сведена к созданию имиджа;</p> <ul style="list-style-type: none"> • Интенсификация государственно-частного партнерства; • Дальнейшее развитие вертикальной и горизонтальной интеграции и совершенствование управления назначениями, в том числе на региональном и местном уровнях; • Создание торговых марок; • Регионы, предлагающие полный, диверсифицированный и устойчивый продукт, будут чаще выбираться туристами и потребуют более эффективного управления.
--	---

Основная тенденция со стороны спроса на туризм содержится в формуле 3 E – education, entertainment, excitement (образование, развлечения, впечатление). Будут развиваться новые формы туризма, такие, как «квесты», а также формы осмотра достопримечательностей города с использованием тематических игр, музейного, биографического, учебного, кулинарного, народного, литературного и кинематографического творчества, танатотуризма и другие.

Считается, что в будущем мотивацией для выбора места назначения будет формула:

НЕ КУДА, А ПОЧЕМУ

Нынешняя эпидемия COVID-19 оказала серьезное воздействие на сектор туризма, поскольку туризм неизбежно связан с взаимодействием людей и перемещением людей, путешествующих внутри своей страны и в другие страны. В этом секторе наблюдается быстрое и резкое падение спроса и резкое сокращение количества рабочих мест на глобальном уровне, что угрожает многим предприятиям. Туристические компании одними из первых закрылись после введения мер по остановке распространения вируса, Туристическая деятельность – одна из последних, которая начнет поэтапно возрождаться после пандемии.

Несмотря на доказанную устойчивость туризма к другим кризисам, глубина и масштабы нынешней пандемии, вероятно, окажут более длительное воздействие на международный туризм по сравнению с другими отраслями. Особенно в контексте потенциальных долгосрочных изменений в поведении людей, которые, скорее всего, в будущем будут более осторожны в поездках за границу.

Это означает, что бизнес-модели туристических компаний должны быть переформулированы, а новые решения должны быть реализованы для возвращения к "новой норме". Но она также может стимулировать устойчивые сегменты (сельская местность, природа, здоровье, локальные продукты/услуги).

4.2 СЕГМЕНТАЦИЯ ТУРИСТИЧЕСКИХ РЫНКОВ

На территории, для которой разрабатывается Стратегия можно выделить несколько сегментов туристического рынка, которые уже создают преимущества или, при надлежащем управлении, могут принести значительные выгоды местным общинам.

Прежде всего, он играет доминирующую роль:

- активный и специализированный туризм,
- оздоровительный туризм,
- природный и экскурсионный туризм
- сельский туризм, агротуризм,
- школьный и дидактический туризм,
- семейный туризм - туризм выходного дня
- культурный и событийный туризм,
- деловой и производственный туризм.

Активный и специализированный туризм - относится к людям, для которых важным элементом поездки является занятие определенным видом рекреационной или хобби деятельности. В его основе лежат природные и ландшафтные ценности района, а также его культурное наследие. Область исследования имеет потенциал быть привлекательной для людей, которые ценят активный отдых в различных формах, таких как: пешие прогулки, езда на велосипеде или катание на лыжах. В этом сегменте наиболее популярны: летом – водные сплавы, велосипедные, пешие и конные прогулки, зимой – катание на лыжах и санях.

Это круглогодичный клиент. Эти люди охотно участвуют в спортивных соревнованиях, мероприятиях, они также пользуются предложением питания. Этот вид туризма популярен в основном среди молодых, образованных людей, хотя критерий возраста не является самым важным.

Мотивы и стиль путешествий

- Реализация интересов (очень часто они увлекаются этим).
- Побег из суеты повседневной жизни
- Контакт с природой - релаксация
- Отдых с друзьями
- Готовность участвовать в спортивных соревнованиях
- Ключевое значение для них имеет доступная туристическая и, в большей степени, специализированная инфраструктура – маркированные тропы, прокат снаряжения, спортивные сооружения, а также интересные окрестности – природные и культурные ценности района
- Страсть к активному отдыху.

„Туристы выходного дня” - (средняя продолжительность пребывания 2–4 дня) - молодые и средние люди и семьи с профилем 2+, путешествующие в выходные дни, особенно "длинные" (польская специфика). Туристы ищут возможности провести время интересно. Интересуются отдыхом, развлечениями и весельем. Это сегмент с очень высоким потенциалом развития. Однако для его развития требуется интересное предложение мероприятий и достопримечательностей, а также дешевое питание и размещение. На обследованном участке, присутствующем в очень небольшом количестве, поэтому созданный туристический продукт должен учитывать потребности и мотивы этой группы клиентов. Ключевым элементом предложения должны быть пакеты "все включено".

Мотивы и стиль путешествий

- Отдых в контакте и общении с природой
- Отдых с друзьями
- Развлечения, которые используют уникальность этого места.
- Знакомство с культурой, историей, участие в мероприятиях, отдых в интересном месте.

"Сельский туризм, агротуризм и экотуризм" - люди, пользующиеся объектами размещения и питания в сельской местности, ориентированные на здоровый образ жизни, ищущие тишины и покоя. Это относится как к людям, выбирающим жилье для агротуризма, т.е. проживание в функционирующих хозяйствах, так и к людям, проживающим в сельской местности. Экотуризм имеет особое значение для изучаемой

территории, так как в этом отношении на обсуждаемой территории наблюдается большой потенциал развития. Это также развивающаяся ниша в контексте изменений на туристическом рынке, вызванных эпидемией COVID-19. В качестве потенциальных туристов из этой группы стремятся выбрать так называемые: микроэкспедиции. Местные походы – это экспедиции, которые не требуют времени, денег, оборудования или подготовки. Это «карманные экспедиции», созданные с учетом потребностей людей на постоянной основе, дающие возможность сбежать из города, перезарядить батареи и испытать приключения за несколько дней или выходных.

Мотивы и стиль путешествий

- Ценят природные качества, они ищут покоя и тишины, контакта с окружающей средой.
- Возможность проводить время на агроусадьбе (знакомство детей с сельским образом жизни).
- Возможность встретиться и познакомиться с новыми людьми
- Отдых в чистой среде

"Природный и сельский туризм" - лица, путешествующие по Польше и за рубежом. Эта группа интересуется уникальными ценностями региона, которые в основном являются естественными, в меньшей степени культурными ценностями. Чтобы побудить их приехать, необходимо иметь хорошую кухню, соответствующее размещение и легкий доступ к интересным растениям, редким животным и интересным формам анимационной и неодушевленной природы. Очень важную роль играет наличие туристических маршрутов и информации, представляющей природное богатство региона.

Мотивы и стиль путешествий

- Они ценят природные качества, они ищут покоя, тишины и контакта с окружающей средой.
- Наличие туристических маршрутов, карт и информации о природных достопримечательностях местности
- Возможность встретиться и познакомиться с людьми
- Развлечения, которые основаны на уникальности этого места.

- Уникальные природные ценности, достопримечательности, природные тропы, памятники и заповедники, пейзажные парки

"Дети и молодежь - образовательный, рекреационный и активный туризм" - организованные группы детей и молодежи. Образовательные поездки, основанные на исключительных природных и образовательных ценностях местности, а также антропогенных - памятниках материальной культуры и существующем спортивно-оздоровительном предложении (прокат оборудования, бассейны, площадки и т.д.).

Мотивы и стиль путешествий

- Образовательные и познавательные мотивы (культура, география, естественные науки, история).
- Освоение школьной программы (зеленые школы)
- Готовность расслабиться и быть в контакте с природой.

"Культурный и событийный туризм" – это люди всех возрастов, с преобладанием молодежи, для которых характерен новаторский способ познания страны и зарубежья - посредством активного участия в культурных или развлекательных мероприятиях. Очень часто это люди с высшим образованием и школьники. Это формула, которая включает в себя организованные и индивидуальные поездки для посещения музеев, исторических и культурных объектов и участия в культурных мероприятиях. В группу также входят люди с интересами, связанными с историей, культурой и этнографией региона. Они также являются участниками спортивных мероприятий и их зрителями и наблюдателями.

Мотивы и стиль путешествий

- Реализация интересов
- Культурное, историческое, этнографическое образование
- Участие в мероприятиях
- Поиск нетрадиционных форм развлечений
- Возможность развивать свои интересы, таланты
- Приятное времяпровождение.

"Хоббисты" – люди разного возраста, группа любителей и профессионалов, люди, заинтересованные в удовлетворении своих интересов, связанных, главным образом, с природными ценностями или историей края.

Мотивы и стиль путешествий

- Удовлетворение интересов, требующих наличия соответствующих объектов и инфраструктуры.
- Интересные мероприятия для групп с особыми интересами
- Поиск нетрадиционных форм проведения времени
- Встреча с людьми с похожими интересами
- Доступ к местам, где можно активно проводить время в соответствии с определенными интересами

Деловые туристы – люди, посещающие местность в связи с их профессиональной деятельностью. Участники конференций, тренингов, деловых встреч, коллективных мероприятий и мотивационных встреч. Расходы учреждений и предприятий. Пребывание 2–3 дня. Участники часто даже не покидают места своего проживания, т.е. в основном отели *** и ****, которыми они пользуются во время своего пребывания. Они выполняют программу поездки, купленную организатором. Это по-прежнему растущий сегмент рынка, но он ограничивается предложением от отелей, которые понимают деловой туризму крайне узко – как услуги по проживанию, питанию и аренде конференц-зала.

Мотивы и стиль путешествий

- Выполнение официальных обязанностей
- Хотят посетить интересные места за счет работодателя.
- Поиск полезных развлечений
- Встреча с людьми с похожими интересами
- Интеграция команды или группы коллег
- Желание произвести впечатление на других (укрепление своего статуса в профессиональном сообществе).

Процесс анализа профилей туристических групп и состояния туристического развития территории привел к выбору целевых сегментов рынка, соответствующих текущей и

планируемой туристической привлекательности территории. В ходе работ по определению сегментов также была проведена оценка их значимости для экономики туризма и потенциала роста. На основе качественной оценки рыночной ситуации был установлен перечень целевых сегментов в соответствии с их экономической значимостью, возможностями развития предложения и использования туристических ценностей территории. Определенные таким образом сегменты рынка являются отправной точкой для создания стратегии продвижения и маркетинговых коммуникаций, поскольку для каждой группы потребителей должны использоваться различные инструменты маркетинговых коммуникаций.

4.3 ОЦЕНКА ПРИВЛЕКАТЕЛЬНОСТИ ЦЕЛЕВЫХ ГРУПП

Туристические продукты могут быть сгруппированы, классифицированы и организованы различными способами и в соответствии с различными критериями. Для целей настоящего исследования была принята следующая терминология и классификация групп туристических продуктов:

- **Городской и культурный туризм** – включает в себя организованные и индивидуальные поездки для посещения городов, музеев, исторических (исторических и культурных) мест и участия в культурных мероприятиях. Формой участия в культурном туризме является религиозный и паломнический туризм. Формы: осмотр достопримечательностей городов с высокой концентрацией культурных объектов (*citybreak*), краткосрочное групповое и индивидуальное пребывание в рамках экскурсии, участие в культурных, спортивных и других мероприятиях, сентиментальные и этнические поездки, посещение постиндустриальных и послевоенных объектов.
- **Деловой туризм – MICE** (аббревиатура от Meeting, Incentives, Conferences, Exhibitions/Events) – включает в себя поездки, связанные с профессиональной деятельностью: конгрессы, ярмарки и выставки, деловые встречи, коллективные мероприятия и инсентив-встречи. Затраты, понесенные учреждениями и компаниями. Формы: конгрессы, конференции, семинары, инсентив-поездки, ярмарки и выставки (участники и посетители), индивидуальное пребывание деловых гостей.
- **Оздоровительный, активный и специализированный туризм** – осуществляется с целью восстановления физических и психических сил, учитывает широкий спектр отдыха с использованием природной среды (горы, озера, реки, побережья), а

также специализированные туристические мероприятия (так называемый квалифицированный туризм), с учетом всех видов специализированных интересов. Она также включает в себя туристические и/или терапевтические поездки на курорты с использованием природных лечебных условий, так называемый оздоровительный туризм.

- **Туризм в сельской местности** – включает в себя все формы туристической деятельности в сельской местности, в том числе хозяйственные поездки, фольклорные мероприятия, народные промыслы, традиционную жизнь в фермерских хозяйствах. Агротуризм, экотуризм, посещение национальных парков, заповедников.
- **Трансграничный и транзитный туризм** – в том числе однодневный трансграничный туризм и кратковременные посещения для совершения покупок, участия в мероприятиях, оптимизации логистических цепочек. В будущем этот вид туризма является очень перспективным для людей, проживающих в приграничной зоне протяженностью 50 км, но лишь в том случае если будут приняты государственные решения об упрощенном приграничном движении. Тем не менее, это продукт, который не всегда является брендовым, но должен быть приоритетным в области исследования и быть его дифференциатором рынка. В целом, все продукты, обсуждаемые ниже в исследовании, должны иметь трансграничный характер и/или воздействие. И именно эта трансграничная специфика составляет облака туристического предложения района.

В рамках вышеуказанных групп продуктов были выделены подгруппы туристических продуктов, для которых была определена доступность, важность и значимость для развития туризма, согласно приведенной ниже схеме:

- XXX - приоритетные продукты
- XX - основные продукты
- X - вторичные продукты
- O - никаких продуктов в группе

Виды туризма	Трансграничная Туристическая Зона «Августовский канал»			
	Польша		Беларусь	
	Город Августов	Августовский канал	Город Гродно	Августовский канал
MICE, в том числе:				

Конференции и семинары	XXX	X	XXX	X
Деловая поездка	XX	X	XXX	X
Городской и культурный туризм, в том числе				
Культурные события и мероприятия	XXX	XX	XXX	XX
Достопримечательности и пребывание в городе	XX	O	XX	O
Паломничества	X	X	X	X
Этнические, культурные и сентиментальные путешествия	XXX	XXX	XXX	XXX
Транзитный и пограничный туризм	XXX	XXX	XXX	XXX
Однодневные посещения	XXX	XXX	XXX	XXX
Групповые выезды	XX	XX	XX	XX
Туризм в сельской местности, в том числе:				
Агротуризм	O	XXX	O	XXX
Экотуризм	X	XXX	X	XXX
Активный и специализированный туризм, в том числе:				
Пеший туризм	XX	XXX	XXX	XX
Велосипедный туризм	XXX	XXX	XXX	XX
Водный туризм	X	O	XX	XXX
Конный туризм	O	XX	O	X
Парусный туризм	X	O	O	XX
Зимние виды спорта (беговые лыжи, снегоступы, катание на коньках).	X	XX	XX	XX
Оздоровительный туризм, в том числе:				
Пребывание на природных территориях	O	XX	O	XX
Пеший туризм	XXX	XXX	XXX	XXX
Велосипедный туризм	XXX	XXX	XXX	XXX
Водный туризм	XXX	XXX	XXX	XXX

Анализируя положение отдельных продуктов (товарных групп) на внешнем и внутреннем рынках, можно сделать следующие выводы о ситуации в приграничной туристической зоне Августовского канала:

- большое маркетинговое значение активного и специализированного туризма,
- относительно высокая маркетинговая значимость выездного туризма,
- относительно высокая маркетинговая значимость продукции, использующей преимущества сельской местности (особенно агротуризма),
- значительное потенциальное значение этно-сентиментального туризма,
- товарное предложение в значительной степени ориентировано на внутренний рынок,
- среди зарубежных рынков наиболее важными (помимо соседних) являются рынки Германии и России.

Здесь представлены текущие и потенциальные туристические продукты трансграничной туристической зоны Августовского канала, разбитые на пять групп продуктов:

- имиджевая продукция (брендированная),
- основные продукты,
- нишевые продукты,
- дополнительные продукты,
- потенциальные продукты.

Имиджевые (брендовые) продукты - туристские продукты, имеющие наивысшую узнаваемость (общеизвестность), определяющие имидж местности среди потенциальных туристов. Через призму этих продуктов будет создаваться общий образ района для его жителей, а также для отечественных и иностранных туристов.

- Августовский канал,
- Маршрут AugustVelo.

Базовые продукты - наиболее популярные туристские продукты, привлекающие наибольшее количество посетителей или приносящие наибольший объем доходов от туризма. Эти продукты уже сегодня определяют доминирующие формы туризма в данной местности.

- Активный туризм в белорусской и польской частях Августовского канала,
- Краткосрочные поездки в район Августовского канала и его окрестности.

Нишевые продукты – тематические и отвечающие конкретным потребностям определенных сегментов рынка. Рынок нишевых продуктов обычно представляет собой небольшой рынок туристов со специфическими или исключительными вкусами, которые ищут уникальные или особенно привлекательные места, которые могут удовлетворить их потребности:

- Экологическое образование и туризм для детей и молодежи,
- Реабилитация и санаторно-курортное лечение больных в близлежащих санаториях
- Культурные и спортивные мероприятия международного и национального масштаба.

Дополнительные продукты - достопримечательности, потребляемые в пункте назначения, которые могут увеличить расходы, понесенные «дополнительно» и попутно.

- Сувениры и гаджеты,
- Информация для туриста,
- Пограничная кухня и блюда,

- Местное культурное предложение (музеи, памятники, мероприятия и т. д.),
- Короткие тематические поездки, в том числе зарубежные,
- Рекреационные, спортивные, оздоровительные, реабилитационные и другие объекты.

Потенциальные продукты - те, которые могут возникать или бурно развиваться на основе природных и антропогенных ценностей (достопримечательностей). Они используют достопримечательности, сосредоточенные в районе исследования. Часто для того, чтобы продукт функционировал, необходимо подготовить инфраструктуру, подходящую для данного вида туризма. По этой причине они более ориентированы на будущее, чем существующие продукты. В краткосрочной перспективе будет действовать текущая акция, поэтому она будет больше привлекательна, чем сам продукт.

Ключевым потенциальным продуктом является сама концепция приграничной туристической зоны Августовского канала как интегрированной туристической зоны. Он должен объединить различные туристические продукты, предлагаемые по обе стороны границы, и тем самым создать новую добавленную стоимость для туризма на польско-белорусской границе. Простое объединение схожих родовых продуктов и объединение их в разнообразные, но также тематически связанные пакеты автоматически создает эти пакеты с потенциальными продуктами трансграничного туризма. Поэтому в следующей главе представлена концепция интегрированного территориального продукта трансграничного туризма, т.е. Трансграничной туристической зоны Августовского канала.

5 ВИДЕНИЕ ТУРИСТИЧЕСКОГО ПРОДУКТА ДЛЯ ПРИГРАНИЧНОЙ ТЕРРИТОРИИ АВГУСТСКОГО КАНАЛА

Трансграничный туризм имеет многовековые традиции, ведь он связан с самим фактом демаркации и функционирования государственных границ. Развитие трансграничного туризма в настоящее время является большой возможностью для периферийных регионов, к которым относятся приграничные регионы.

Участниками трансграничных туристических поездок являются как жители данной территории, посещающие своих соседей по ту сторону границы, так и другие путешественники, для которых приграничный регион является туристическим направлением. Однако следует подчеркнуть, что выездной туризм из приграничного региона не является трансграничным туризмом. Трансграничный туризм означает туризм в пределах трансграничной территории, который мотивирован туристическим продуктом этой области. Туристическими продуктами могут быть туристические маршруты, трансграничные природные объекты из Списка всемирного наследия ЮНЕСКО, например, Беловежская пуща, или трансграничные культурные объекты, например, Августовский канал. Хотя трансграничный туризм не является внутристрановым движением, предполагающим въездной и внутренний туризм в приграничной зоне, любая попытка заинтересовать и перевести этот поток на другую сторону границы уже является проявлением трансграничного сотрудничества в сфере туризма. . В этой ситуации локальные культурные события и события, такие как фестивали, музыкальные мероприятия, фотовыставки, арт-локации, могут превратиться в продукты трансграничного туризма.

Нет сомнений в том, что приграничная зона Августовского канала представляет собой регион, представляющий значительную туристическую ценность. Он выполняет туристическую функцию на основе однородности особенностей привлекательной природной среды, развития туризма и внутренних сервисных связей, на которые ориентировано туристское движение.

Для целей данного исследования и программирования развития трансграничного туризма в районе Августовского канала была адаптирована концепция туристической зоны с точки зрения продуктов. Здесь мы рассматриваем трансграничную территорию

как единое целое, как целостный туристический продукт - оригинальный, неповторимый, неповторимый пакет товаров и услуг. В него входят такие элементы, как: природные и антропогенные ценности, инфраструктура и услуги дестинации, а также ее доступность, имидж и цена, которую платит потребитель. Интегрированные туристические зоны, понимаемые таким образом, в ближайшем будущем составят основу глобального развития туризма.

Настоящая Стратегия предполагает создание продукта территориального бренда для функциональной зоны, связанной с Августовским каналом в Польше и Беларуси и обозначенной между городами Августов и Гродно. Концепция Трансграничной туристической зоны Августовского канала основана на формах активного и специализированного туризма, дополненных потенциалом исторических, культурных и этнических ценностей Августовского повета в Польше и Гродненской области в Беларусь. Эта концепция предполагает повышение туристической привлекательности польско-белорусского приграничья за счет, в том числе, использования локально рассредоточенного потенциала, объединение/объединение туристических предложений, объединение и интеграцию элементов туристской инфраструктуры и интеграцию деятельности в сфере продвижения и развития брендовых турпродуктов.

Отправной точкой Стратегии являются существующие природные и антропогенные ценности района Августовского канала, традиции и культура приграничья, существующий уровень развития туризма и предложение, адресованное посетителям района. Трансграничная туристическая зона Августовского канала задумана как фирменный продукт, интегрированный, демонстрирующий уникальные преимущества и подчеркивающий сильные стороны текущего туристического предложения. Основой для планирования разработки страницы продукта было использование аутентичных отличительных черт, имеющих своим источником уникальные особенности туристических ценностей и традиций приграничья. При разработке предложения по продукции или деятельности использовались как природные ценности и характеристики, так и особенности, связанные с культурным наследием и историей польско-белорусской границы.

Концепция трансграничного развития туристического продукта для района Августовского канала была основана на выводах стратегических семинаров и принятых в них стратегических предположениях, анализе туристической привлекательности и ценности

района с учетом выявленные ранее потребности ключевых клиентов, предполагаемые направления развития туризма, а также детерминанты в области позиционирования и выделения запрограммированных трансграничных туристских продуктов. В этом контексте предполагалось, что основным продуктом, связывающим туристическое предложение польско-белорусского пограничья, функционально связанного с Августовском Каналом, является идея/слоган/название:

Приграничная Туристическая Зона Августовского Канала

Такой трансграничный интегрированный туристический продукт представляет собой совокупность материальных и нематериальных благ для клиента, интегрирующих природные и антропогенные ценности, а также элементы туристской инфраструктуры в привлекательный рыночный пакет. Трансграничный брендированный продукт должен основываться на особом преимуществе, составляющем его постоянный рыночный потенциал, уникальной ценности доставляемого покупателю продукта, значимой с точки зрения процесса принятия решений туроператорами и местными органами власти. в приграничной зоне, задачей которого является поддержка и создание условий для экономического развития, в том числе такой важной отрасли местной экономики, как туризм.

Ключевыми факторами здесь являются аутентичность, уникальность, безошибочная оригинальность, выделение в окружающей среде, авторитет и доверие клиентов, а также созданная добавленная стоимость для местной экономики.

Ведущие сетевые продукты

Основным сетевым продуктом является интеграция туристического потенциала приграничной территории, усиление ее туристической привлекательности и влияние на создание желаемого имиджа на рынке. Представленные предложения являются попыткой объединить группу преимуществ трансграничной территории в продукты, которые представляют собой привлекательную форму для целевых сегментов, могут быть коммерциализированы на рынке и являются фактором запуска процесса развития и развития туризма в регионе. Польско-белорусское пограничье.

Предлагается выделять и продвигать 2 товара-лидера, по номенклатуре на основе отличительного признака «Августовский канал», а в части товаров на значениях трансграничной территории, но несущие разное содержание:

Ведущий продукт 1. Уникальный Августовский канал

Ведущий продукт 2. Наследие района Августовского канала

Описание ведущих сетевых продуктов

Ведущий продукт 1. Уникальный Августовский канал

Уникальный Августовский канал — комплексное продвижение и развитие пакета предложений, комплексных продуктов и ряда туристических услуг, концептуально и существенно связанных с текущим предложением активного, природного и познавательного туризма в сельской местности, непосредственно прилегающей к Августовскому Канал.

Это конгломерат всех предлагаемых сегодня продуктов и предложений, которые потребляются и могут развиваться в будущем в областях, непосредственно связанных с Августовским каналом.

Разделение этого продукта связано с тем, что львиная доля туристско-хозяйственной деятельности в районе исследования сосредоточена в городах Августов и Гродно. С другой стороны, основные туристические достопримечательности Августовского канала связаны с его прохождением за пределами этих городов. Тем более, что Августовский канал впадает в Нямунас вне административных границ города Гродно.

Этот продукт включает в себя следующие услуги и аттракционы, предлагаемые на Августовском канале:

- Флагманские велосипедные маршруты August Velo и Green Velo,
- Местные туристические маршруты (пешие, велосипедные, конные и др.),
- Познавательные тропы и тропы,
- Тематические маршруты,
- Услуги проживания,
- Услуги общественного питания,
- Услуги гида,
- Транспортные услуги,

- Образовательные услуги,
- Культурно-развлекательные услуги,
- информационные услуги,
- Продажа сувениров и публикаций.

Разделение его и предложение в виде пакета или неупакованного портфеля подпакетов или отдельных услуг облегчит доступ туристов к полному предложению по обе стороны границы.

Ведущий продукт 2. Наследие района Августовского канала

Целью разработки продукта является интеграция достопримечательностей и продуктов, существующих в приграничной зоне, на основе истории, общего культурного наследия, а также сегодняшней специфики региона. Для того, чтобы продвигать и продавать их вместе под одним баннером. Таким образом, продукт, помимо туристических целей (в экономическом смысле), будет косвенно нести характеристики образовательных целей благодаря распространению знаний о культурном наследии приграничья.

Произведение создано на основе аутентичного культурного наследия и истории пограничья, что проявляется в культивировании еще живых народных традиций, популяризации и историко-культурном просвещении, сохранении культурного наследия в виде музеев, мемориальных палат и пленэров. музеев, а также организация фольклора и фольклорных мероприятий.

Продукт будет функционировать в виде:

- тематические пребывания и экскурсионные пакеты (однодневные, выходные),
- дополнения к программам мероприятий, предлагаемых на месте (как предложения по дополнительным поездкам),
- продвижение и развитие актуальных культурно-зрелищных мероприятий и событий,
- пакеты, объединяющие предложение на уровне территориальной единицы,
- тематические пакеты, например, исторические, познавательные и другие маршруты и тропы,
- организованные мероприятия на свежем воздухе,
- организованные семинары и тренинги,

- покупка предложения отдельных объектов и достопримечательностей отдельными туристами.

Этот продукт охватывает как минимум материальное и нематериальное культурно-образовательное предложение Августовского повята и Гродненской области, в том числе:

- Музеи,
- Памятники,
- Памятники,
- Религиозные постройки
- Мемориальные и мемориальные палаты,
- Планировка городов и городское пространство,
- Парковые предположения,
- Культурные мероприятия,
- развлекательные мероприятия,
- фольклорные мероприятия,
- Туристические маршруты,
- Услуги по размещению и питанию.

Выделение этого ведущего продукта и предложение более мелких пакетов (тематических, территориальных, поколенческих, лингвистических и т. д.) или отдельных услуг в виде пакета или портфеля облегчит доступ туристов к полному предложению по обе стороны границы. Они должны предлагаться таким образом, чтобы туристы или туроператоры могли составлять свои собственные пакеты (соответствующее веб-приложение, в том числе в версии для мобильных устройств).

Ленточные продукты- брендированные тематические маршруты

Разработка брендированных туристических маршрутов связана с необходимостью относиться к маршрутам не только как к маркированным маршрутам, отмеченным на картах, а как к рыночным продуктам, воздействующим на дополнительный турпоток и стимулирующим инвестиционную активность вокруг маршрутов. Разработка брендированных маршрутов означает создание туристической базы, соответствующей имиджу маршрута, а также предложение услуг, мероприятий или форм коммерческой деятельности. Такую философию развития допускает только конкретный и продуманный метод работы, разработка концепции маршрута, организация и управление,

согласованный логотип и система визуализации, а также план действий по их коммерциализации.

Преимущества разработки трансграничных брендовых маршрутов:

- Разметка брендированных маршрутов – основа развития туристической базы и важный элемент туристического имиджа местности,
- Развитие трансграничных маршрутов способствует социальной интеграции, экологическому гражданскому воспитанию, а также активизации контактов между людьми на границе,
- Относительно небольшие затраты могут привести к значительному рыночному эффекту,
- Есть возможность финансовой сборки из фондов ЕС,
- Возможности для развития интегрированных маркетинговых коммуникаций,
- Снижение затрат на содержание и развитие инфраструктуры в расчете на одну территориальную единицу,
- Совместное графическое создание этикетки создает рекламную ценность,
- Дополнительные преимущества — объединение разрозненных ценностей в продукт, согласованный с клиентом, например, памятники + природные ценности + жилье + достопримечательности + кухня и т. д.

Первым шагом в процессе планирования построения системы трансграничных брендированных маршрутов является выявление или создание возможно привлекательных для туристов особенностей, форм и философии функционирования маршрута. В этом контексте, помимо маршрута «Август Вело», следует учитывать все туристические и тематические маршруты, прочерченные в приграничной зоне, и искать пути их соединения, соединения, перепроектирования и/или перекройки, чтобы сделать их трансграничными. Пограничный переход Рудавка/Лесная станет очевидным краеугольным камнем и точкой пересечения всех маршрутов. Поэтому необходимо связать все маршруты вблизи Августовского канала с коридором, который проходит через этот пограничный переход. С другой стороны, остается открытым вопрос соседних пограничных переходов, которые могут стать шлюзами для автомобильных маршрутов.

Туристские маршруты в районе исследования уже размечены, обозначены и в основном разработаны. Они также используются туристами, то есть являются функционирующими

туристскими продуктами. Для более полного их использования в условиях трансграничного туризма необходимо создавать и продвигать их вместе со всеми туристическими достопримечательностями и продуктами, имеющимися на их пути.

Зональные продукты

Зональные продукты создают специфические субрегионы, специфическое предложение которых обогащает туристическую привлекательность всего региона. Туристы, путешествующие по региону, охотно пользуются интересными местными предложениями и предложениями (например, кулинарными или культурными), что дополнительно делает этот вид отдыха привлекательным.

В случае резидентского туризма зональные продукты являются важным элементом, делающим отдых более привлекательным. Предложения пространственно диверсифицированы, в том числе путем создания так называемого зоны привлекательности, т.е. сосредоточение достопримечательностей и интересных способов времяпрепровождения, событий вокруг одного или нескольких близлежащих городов. Грамотно подготовленное и интересное предложение побуждает туристов посетить тот или иной город, даже если на это требуется определенное время.

Основные допущения и цели создания зональных продуктов

- интеграция деятельности и ресурсов в данной области в однородное предложение продукции,
- достижение синергетического эффекта по конкретным направлениям деятельности,
- отображение оригинальных, аутентичных ценностей и достопримечательностей, избегая искусственности и имитации,
- создание продуктов, влияющих на укрепление местной идентичности и создание привлекательного имиджа субрегиона,
- стимулирование развития проживания, совместного, культурного и активного туризма,
- информация о зонах привлекательности – система товарных коммуникаций,

В связи с тем, что территория исследования невелика и относительно однородна по распределению туристических достопримечательностей, предлагаются следующие категории зональных продуктов, интегрирующих местные достопримечательности:

1. Августов и его окрестности,

2. Гродно и его окрестности,

3. Августовский канал

Эти продукты будут функционировать как территориальные пакеты или субпродукты в рамках Ведущего продукта 2. Наследие региона Августовского канала, интегрируя и продвигая его местные компоненты. С другой стороны, продукт 3 напрямую связан с ведущим продуктом 1. Уникальный Августовский канал, но фокусируется на интеграции и продвижении предложения, расположенного в сельской местности, расположенной непосредственно на Августовском канале.

Местные продукты - кулинарные деликатесы, художественные изделия.

Местные продукты, ремесла и кулинарные изыски региона являются не только отличительной чертой района, но и существенно влияют на деятельность и экономику жителей и создание новых рабочих мест, в том числе в сельской местности. Соответствующий ассортимент местной продукции позволяет быстро увеличить доход района в случае динамичного развития туризма. Помимо основных услуг (проживание, питание, транспорт) турист охотно покупает продукты самобытного, местного характера, которые часто являются плодом исторического и социального развития территории. В настоящее время нет конкретного объекта или символа, идентифицирующего Августовский канал. Тем не менее, это поле для местных создателей и дизайнеров, чье мастерство, творчество и страсть могут привести к созданию гаджета, который идентифицирует и продвигает район Августовского канала.

В случае приграничья на уникальный характер предложения влияет не только Августовский канал, но прежде всего его приграничное положение, влияющее на переплетение многих культур, религий и навыков соседей. Такие местные колориты и диковинки по ту сторону границы очень привлекательны, если не одно из главных преимуществ трансграничного туризма. Они даже не должны быть домашними продуктами или продуктами из специализированных источников. Часто товары, которые производятся серийно в одной стране, могут быть привлекательными в другой в качестве

сувенира из путешествия. Однако в случае пищевых продуктов следует знать об импортных и фитосанитарных ограничениях при трансграничном перемещении.

6 КОММЕРЦИАЛИЗАЦИЯ ТУРИСТИЧЕСКОГО ПРОДУКТА АВГУСТСКОГО КАНАЛА

Простое определение и разработка концепции туристического продукта не обязательно означает успех на рынке. Его еще нужно коммерциализировать, т.е. адаптировать к требованиям рынка, чтобы удовлетворить потребности конкретного сегмента туристического рынка.

Коммерциализация продукта означает выгодное внедрение на рынок путем создания комплексного предложения, включающего туристические достопримечательности, маркетинг, распространение и продажу, и, таким образом, экономное использование туристического потенциала трансграничной территории. Суть в том, чтобы товар эффективно конкурировал с другими предложениями на рынке, сохраняя при этом чувствительность к своей впитываемости и изменчивости во времени в восприятии привлекательности и востребованности данного товара.

В процессе коммерциализации продуктов территориального и сетевого туризма ключевое значение имеет надлежащее взаимодействие субъектов туристского рынка и его окружения. В связи с тем, что маркетинг трансграничных турпродуктов требует соответствующих мер и расходов, определены 3 направления приоритетных действий, реализация которых обеспечит рыночный успех проектируемых турпродуктов приграничья. Они включают в себя создание эффективной системы поддержки туристских продуктов, развитие кадрового потенциала для туризма и развитие туристического пространства.

Перечисленные ниже приоритетные области действий, определенные действия или предлагаемые категории мероприятий предназначены для создания основы для деятельности всех субъектов сектора приграничного туризма и его окрестностей в контексте развития его туристической функции. Они не носят обязательного характера, а в первую очередь побуждают остановиться, задуматься, проанализировать и выбрать из широкого спектра предлагаемых вмешательств те, которые соответствуют их миссии, компетенциям, социально-экономическим функциям, а также институциональным и финансовым возможностям. А затем развивать их в собственные или партнерские проекты поддержки и развития турпродуктов приграничья.

Данная Стратегия создает условия для брендированного территориального продукта для функциональной зоны, связанной с уникальным трансграничным туристическим продуктом – «Августским Каналом», разработанного в рамках Проекта. Концепция трансграничной функциональной зоны «Августский Канал» рассматривает функциональную зону как единое целое, как оригинальный, уникальный, неповторимый пакет товаров и услуг. Она включает в себя такие элементы, как: природные и антропогенные ресурсы, инфраструктура и услуги дестинации, а также ее доступность, имидж и цена, которую оплачивает потребитель. Таким образом понимаемые интегрированные туристические территории в ближайшем будущем станут основой для развития глобального туризма.

Стратегия предполагает повышение туристической привлекательности польско-белорусской приграничной территории путем использования местного рассредоточенного потенциала, объединения в единый туристический продукт туристических предложений, кооперации и интеграции элементов туристической инфраструктуры, а также совместной деятельности в области продвижения и развития брендированных туристических продуктов. Стратегические и оперативные цели как на этапе их определения, так и на этапе их реализации учитывают горизонтальные принципы устойчивого развития, недискриминации и равного обращения со всеми социальными группами, включая доступность принятых решений для инвалидов.

Вопрос о том, предпринимают ли местные заинтересованные стороны реализацию конкретных мероприятий, перечисленных ниже, зависит от их осведомленности, готовности, возможностей, компетентности и оценки ожидаемых выгод. Поэтому области приоритетных действий, указанные ниже, следует рассматривать скорее как постулаты и ожидания изменения отношения и политики, чем как предписание или конкретную методологию.

Приоритетное направление деятельности 1.

Система поддержки туристических продуктов, связанных с Августовским каналом

Мера 1.1. Высокое качество трансграничных туристических продуктов.

Желаемыми направлениями деятельности участников сектора приграничного туризма являются:

- определение, подготовка и реализация совместных проектов по созданию и развитию трансграничных туристических продуктов,
- организация совместных семинаров и ознакомительных поездок, посвященных поиску вдохновения и созданию общих туристических продуктов,
- поддержка туроператоров, которые создают и продают польско-белорусское туристическое предложение, организованное в пакеты (продвижение, консультации, доступ к данным, экспертные заключения и т. д.),
- создание и поддержка создания новых туристических достопримечательностей как основы для создания продуктов,
- преобразование аттракционов в продукты путем добавления новых элементов или интеграции существующих,
- организация обучающих курсов, семинаров, конференций для продвижения инновационных решений в сфере туризма и туристических продуктов в трансграничном контексте,
- продвижение глобальных и европейских передовых практик, которые могут вдохновить на улучшение качества продукции в трансграничной зоне.

Мера 1.2. Сотрудничество по коммерциализации турпродуктов приграничья

Желаемый объем деятельности партнеров включает:

- создание базы данных трансграничного сектора туристических продуктов,
- создание институциональной формулы трансграничного сотрудничества в создании и развитии туристских продуктов,
- регулярные рабочие встречи, ознакомительные визиты, торговые миссии и другие деловые встречи,
- создание системы потока туристической информации и знаний о достопримечательностях и предложениях,
- вовлечение старшеклассников и студентов в процесс создания туристского продукта (конкурсы, стажировки, факультативные занятия),
- улучшение доступа к консультационным, аналитическим и экспертным услугам, связанным с развитием туризма,
- обмен ноу-хау,
- вовлечение местных лидеров в реализацию проектов по развитию туризма,

- консультации по получению средств на развитие бизнеса,
- создание совместных проектов и совместное обращение за помощью для развития туризма,
- организация непосредственной технической, содержательной и инвестиционной поддержки туроператоров,
- исследование рынка, обмен и распространение результатов исследований между участниками туристического сектора,
- содействие стандартизации услуг в туризме,
- популяризация инновационных форм реализации турпродукта.

Мера 1.3. Маркетинг трансграничных туристических продуктов

Этот процесс должен включать мероприятия, связанные с созданием и продвижением бренда территории, внедрением интегрированной системы маркетинговых коммуникаций и исследованием рынка приграничного туризма, в том числе, в том числе:

- система визуальной идентификации – брендбук товаров и направлений,
- маркетинговый план рекламных кампаний,
- интегрированная система сбора и обмена туристической информацией,
- туристические базы данных района,
- запуск туристических порталов и электронных сервисов по продвижению территории (в том числе в версии для мобильных устройств),
- сеть пунктов туристической информации, включая так называемые инфокиоски,
- интегрированная и унифицированная система туристической разметки местности;
- распространение рекламных и информационных материалов различного содержания, формата и носителя,
- проведение, анализ и широкое распространение результатов исследования туристического рынка приграничья.

Мера 1.4. Интеграция и сотрудничество для трансграничного туризма

Создание такой системы требует выявления и поддержки развития ее подсистем, то есть участников, процессов, инфраструктуры и стратегий. В связи с этим предлагается предпринять следующие действия:

- принимая во внимание поддержку туризма как отдельного элемента в рамках создаваемой государственной политики,

- увеличение расходов на деятельность по поддержке туризма в инфраструктурном, содержательном и информационном измерениях,
- внедрение правовых инструментов и институциональных решений, продвигающих туризм и субъекты из его сектора,
- поддержка процессов сотрудничества в сфере приграничного туризма,
- инициирование и реализация совместных трансграничных проектов в сфере организации туризма,
- укрепление и интенсификация приграничного сотрудничества в форме двусторонних органов, групп, комитетов,
- более тесное сотрудничество между организациями, ответственными за развитие туризма,
- институционализация сотрудничества в сфере трансграничного туризма в форме трансграничного кластера или двусторонней туристической экономической палаты,
- создание системы координации и обмена информацией по туристическим инициативам.

Область приоритетных действий 2.

Развитие человеческих ресурсов для трансграничного туризма

Мера 2.1. Обучение персонала в сфере туризма

Для обеспечения высочайшего качества человеческих ресурсов в сфере туризма необходимо:

- организовать профессиональную подготовку в областях, в которых отсутствуют или требующие развития компетенции (например, повар, бармен, портье и т. д.)
- проводить мониторинг рынка труда, чтобы предложить профессиональную подготовку по востребованным на рынке специальностям,
- изучить потребности в обучении работодателей из сектора туризма,
- организовывать тренинги для поставщиков туристических услуг (маркетинг, менеджмент и т.д.),
- организовывать тренинги для администраторов - администраторов туристических объектов и достопримечательностей (обслуживание клиентов, продвижение и т.д.),
- организовывать всегда популярные языковые курсы (белорусский, русский, английский, немецкий),

- организовывать тренинги в области регионального развития, управления местной экономикой, получения средств помощи,
- организовать учебные курсы по истории, культуре и туристическим ценностям приграничья для лиц, занятых в сфере туризма.

Мера 2.2. Протуристская подготовка кадров для учреждений государственного сектора

Образовательная деятельность в этой области должна включать:

- языковая подготовка,
- подготовка компетенций в сфере туризма,
- обучение компетенциям в области знаний о регионе, управлении местной экономикой и кооперации,
- организация семинаров и конференций по трансграничному туризму,
- публикация и распространение материалов, пропагандирующих трансграничный туризм,
- формирование реализации совместных проектов развития в сфере приграничного туризма,
- передача передового опыта в области методов обслуживания туристов.

Мера 2.3. Стимулирование предпринимательства и социальной активности для развития туризма

- Мероприятия в области стимулирования активных установок должны включать:
- вовлечение различных групп жителей в проекты, направленные на формирование предпринимательской и гражданской позиции,
- обучение в сфере предпринимательства и ведения бизнеса,
- поощрение предпринимательской и гражданской позиции в форме конкурсов, призов и продвижения «передовой практики и моделей»,
- включение в школьные программы вопросов, связанных с предпринимательством в сфере туризма приграничья, а также гражданского и регионального образования,
- реализация проектов развития в сфере регионального образования,
- конкурсы знаний о приграничье,
- поездки по приграничному региону,
- совместные трансграничные семинары, мастер-классы, встречи.

Область приоритетных действий 3:
ПРИВЛЕКАТЕЛЬНОЕ ТУРИСТИЧЕСКОЕ ПРОСТРАНСТВО

Мера 3.1. Доступность и связность коммуникации

Инвестиционная деятельность соответствующих органов в сфере дорожного сообщения должна учитывать такие приоритеты, как:

- повышение функциональности и надежности сети, предотвращение автомобильных заторов,
- противодействие декапитализации дорожной инфраструктуры - улучшение состояния дорог и инженерных сооружений,
- улучшение связи местной дорожной системы с внешней дорожной сетью,
- обеспечение наличия мест приема туристов, туристических достопримечательностей и объектов коммунально-бытового назначения,
- повышение безопасности дорожного движения, особенно для пешеходов и велосипедистов.

Из-за трансграничного характера района ключевым вопросом является рационализация и облегчение приграничного движения. Хотя это входит в компетенцию национальных властей Польши и Беларуси, местные органы власти, субъекты туристического сектора и жители приграничья должны при каждой возможности заявлять о необходимости улучшения приграничного движения.

Мера 3.2. Расширение базы размещения и питания.

Соответствующий стандарт и разнообразие средств размещения с различными ценами являются ключевыми элементами в процессе принятия решения о выборе туристического направления. В основном это относится к инфраструктуре коллективного размещения среднего уровня, адаптированной к потребностям чувствительных к цене клиентов и предлагающей богатое сопутствующее предложение. Создание таких объектов позволило бы - с интересным предложением и достопримечательностями - продлить пребывание туристов и развивать курортно-оздоровительный туризм.

Мера 3.3. Развитие спортивно-оздоровительной базы для туристов и жителей приграничья.

Доступность, разнообразие и качество спортивно-рекреационных объектов являются важным элементом оценки туристической дестинации потенциальными туристами, а также качества жизни жителей местности, ищущих привлекательный, активный способ проведения свободного времени. Правильно развитая, разнообразная и привлекательная спортивно-рекреационная база позволит правильно использовать природные ценности и даст возможность построить, прежде всего, предложение активного туризма. Развитие спортивно-рекреационной базы является обязательным элементом деятельности по развитию туризма на анализируемой территории в силу потенциала, а также отсутствия такой инфраструктуры на большей части территории.

На оставшейся территории целесообразно расширение спортивно-рекреационной инфраструктуры с учетом выявленных групп получателей туристского предложения, а также в соответствии с обозначенными направлениями турпродукта; В основном это небольшие уличные рекреационные и спортивные объекты (маленькие игровые площадки, теннисные корты, спортивные залы, детские площадки), зоны отдыха, парки и скверы, пункты проката спортивного инвентаря и другие объекты.

Мера 3.4. Разработка и управление туристическими маршрутами.

Чтобы обеспечить их согласованность и использовать преимущество трансграничного использования, следует предпринять следующие действия:

- инвентаризация троп и пути их развития,
- проверка хода троп, перемаркировка и разметка троп;
- превращение маршрутов в элементы малой инфраструктуры,
- использование погранперехода Рудавка/Лесная в качестве краеугольного камня трансграничных туристических маршрутов,
- поддержка создания новых маршрутов, особенно трансграничных, и соединительных маршрутов по обе стороны границы,
- разработка маршрутов и популяризация водного туризма на приграничных реках,
- включение Августовского канала в европейскую сеть «Зеленые маршруты Европы».

Мера 3.5. Развитие общественной инфраструктуры, связанной с туризмом.

Общественная инфраструктура обслуживает не только жителей района, но и позволяет туристам пользоваться местными туристическими достопримечательностями, а также

представляет собой предложение для управления своим свободным временем. Это также способствует диверсификации туристического предложения местными достопримечательностями, что может стать интересным разнообразием пребывания. Вышеупомянутая рекреационная и спортивная инфраструктура является одним из элементов предложения, которое должно дополняться следующими задачами:

- развитие сети автостоянок и зон обслуживания пассажиров в крупных административных центрах и местах туристических достопримечательностей,
- разработка и использование общественных сооружений для создания смотровых площадок (площадок, смотровых башен),
- развитие и эстетизация общественного пространства как места остановки для отдыха и релаксации,
- эстетизация общественного пространства в контексте пространственного порядка и развития, а также целостная визуализация и разметка дорог, мест и объектов.

Мера 3.6. Возрождение и развитие объектов наследия и культурной инфраструктуры приграничья.

Все исторические здания в этом районе находятся под охраной государственных учреждений. Насколько это возможно, их следует использовать в туристических целях, внедряя туристические функции и разрабатывая туристическое предложение на основе их потенциала. К таким новым, развитым туристическим функциям памятников и коллекционирования артефактов истории приграничья музеев/музеев под открытым небом/камер можно отнести:

- интерактивный осмотр объектов,
- увеличение исторических ресурсов и их тематическая диверсификация,
- оцифровка исторических ресурсов и их виртуальный обмен в виде мобильных путеводителей,
- продвижение и использование мультимедийных, электронных услуг и мобильных устройств для распространения культурных ценностей приграничья,
- организация и разработка мероприятий, исторических шоу, фольклорных мероприятий,
- организация ремесленных и художественных мастерских, мастер-классов по живописи и фотографии под открытым небом,
- организация выставок и тематических выставок.

7 КОНСТРУКЦИЯ БРЕНДА ТУРИСТИЧЕСКОГО ПРОДУКТА

Научные достижения и маркетинговая практика определяют бренд как название, понятие, знак, символ, рисунок или их комбинацию, призванные выделить товар среди предложений конкурентов. Понятый таким образом брендированный туристический продукт узнаваем на рынке, выделяется среди других продуктов и позволяет добиться постоянного конкурентного преимущества. Сила и качество бренда туристского продукта определяется составом его технических, функциональных и эмоциональных качеств. Именно она, обращаясь к ощущениям и переживаниям, создает прочные отношения с клиентами. Бренд туристического продукта «Приграничная туристическая зона Августовского канала» состоит из четырех элементов:

- Название продукта – характерное, оригинальное, узнаваемое, соответствующее специфике проектируемого туристского продукта, а также легко усваиваемое на иностранных языках (особенно английском),
- Идентичность продукта - определяется туристической ценностью территории, ее трансграничным расположением и туристической функцией, реализуемой на этой территории в результате природного, культурного и исторического наследия,
- Образ продукта — требует принятия мер для повышения осведомленности о продукте и его положительного восприятия нынешними и потенциальными получателями,
- Туристическое предложение – определяет конкретные части продукта, приобретаемого или потребляемого покупателем.

Создание и поддержание брендированного туристического продукта на рынке – процесс длительный, затратный, а также требующий стратегического, инновационного и творческого управления. Тем не менее, это приносит конкретные и долгосрочные преимущества, такие как:

- усиление конкурентной позиции области на рынке туристических услуг,
- повышение осведомленности и узнаваемости элементов идентичности бренда,
- растущий интерес туристов и интенсивность турпотока,
- уменьшение влияния сезонности туристического потока,
- увеличение числа лояльных и возвращающихся туристов,

- обратная связь и растущая инвестиционная спираль.

Брендовые продукты являются наиболее эффективным способом продвижения туристических территорий как привлекательных направлений для путешествий как для отечественных, так и для иностранных туристов. Точно спланированные маркетинговые мероприятия имеют ключевое значение в процессе создания имиджа брендового туристического продукта.

Определенные ниже группы (текущих и потенциальных) туристических продуктов должны стать определяющими при построении маркетинговой стратегии приграничной туристической зоны Августовского канала. Именно через призму этих достопримечательностей и ценностей должно быть построено сообщение, которое создает осознание существования, а также воспринимаемого качества и ценности туристического предложения приграничья.

Группа продуктов активного туризма. Группа товаров для активного (квалифицированного) туризма в природно-ценных местностях. Он включает продукты для различных (в зависимости от существующих ценностей, состояния развития и степени защиты) форм активного туризма, использующих ценности природной среды. Рекламная деятельность в этом секторе должна поддерживать имидж и узнаваемость следующих – образцовых (существующих и потенциальных) – продуктов (сочетаний продуктов) туристического приграничья:

- трансграничный линейный туристический продукт «Августовский канал»,
- велосипедные маршруты AugustVelo и GreenVelo,
- Туристические маршруты по ценным природным территориям,
- Тематические дорожки - экологические,
- велопробеги,
- Водные виды спорта на водохранилищах и водный туризм по рекам приграничья.

Группа продуктов экскурсионного туризма (природный и антропогенный) Группа продуктов экскурсионного туризма. Он включает в себя продуктивное предложение, предназначенное для поездок в широко понимаемых исследовательских целях, связанных с посещением природных и антропогенных (исторических и современных) достопримечательностей, протекающих самостоятельно или объединенных в

тематические маршруты. Важным сегментом для товаров из этой группы являются путешествия детей и молодежи (путешествия, школьные поездки). Группа была выбрана из-за уникального потенциала района с точки зрения природных достопримечательностей и интересных (но менее оцененных) антропогенных ценностей. Рекламная деятельность в этом секторе должна поддерживать имидж и узнаваемость следующих – образцовых (существующих и потенциальных) – продуктов (сочетаний продуктов) туристического приграничья:

- Природный туризм в национальных и ландшафтных парках,
- Августовский канал как памятник
- Линия Молотова,
- Трансграничные тропы и полевые тематические игры,
- Туристические маршруты (пешие, велосипедные, конные, автомобильные),
- Прогулка по Августовскому и Гродненскому первобытным лесам,
- •Тур по достопримечательностям,
- Зеленые школы.

Группа сентиментальных туристических продуктов. Группа продуктов, использующих культурное, этническое и религиозное наследие. Он включает в себя специальные продукты для туристов, заинтересованных в знакомстве с этим видом ценности. Данная группа была выделена в отдельную, поскольку в приграничной зоне имеется значительный и тематически разноплановый потенциал для строительства данного вида изделий. Рекламная деятельность в этом секторе должна поддерживать имидж и узнаваемость следующих – образцовых (существующих и потенциальных) – продуктов (сочетаний продуктов) туристического приграничья:

- Культура и традиции пограничья (белорусские, литовские, польские, татарские, еврейские) - музеи, мемориальные камеры, памятники,
- Фестиваль Августовского канала в культуре трех народов,
- Купальская ночь,
- Фольклорные мероприятия на Августовском канале.

Группа продуктов религиозного (многоконфессионального) туризма. Группа продуктов, в которых используется многоконфессиональное религиозное наследие. Группа была выбрана благодаря уникальному потенциалу религиозных памятных вещей многих конфессий. Рекламная деятельность в этом секторе должна поддерживать имидж и

узнаваемость следующих – образцовых (существующих и потенциальных) – продуктов (сочетаний продуктов) туристического приграничья:

- След пограничных религий (православие, католицизм),
- Тропа священных зданий в приграничье,
- Праздники и религиозные обряды.

Группа продуктов сельского туризма. Он состоит из агротуристического предложения области, расширенного до проживания в экологически недеградированных районах (экотуризм). В этом отношении анализируемая территория имеет выдающиеся преимущества. Помимо природных ценностей, это также ценности традиционного культурного ландшафта. Туристическое предложение в сельской местности должно характеризоваться высоким уровнем и качеством обслуживания в сочетании с ценностями природной и культурной среды. Рекламная деятельность в этом секторе должна поддерживать имидж и узнаваемость следующих – образцовых (существующих и потенциальных) – продуктов (сочетаний продуктов) туристического приграничья:

- Предложение агротуризма в зоне Августовского канала,
- Экотуристическое предложение области, в том числе наблюдение за природой в национальных парках и других природных ценностях.

Группа продуктов лечебного туризма. Он не включает в себя традиционные спа-продукты, недоступные в области исследования, и, прежде всего, предложение нового вида терапевтического туризма с большим потенциалом развития, связанного с терапевтическими, реабилитационными, косметическими процедурами, биологической регенерацией (санаторно-курортное лечение). , wellness) и т.д. Существующие на польской стороне границы отели и планы местных властей создают потенциал для развития этих новых форм лечебного туризма. Рекламная деятельность в этом секторе должна поддерживать имидж и узнаваемость следующих – образцовых (существующих и потенциальных) – продуктов (сочетаний продуктов) туристического приграничья:

- Санатории в Августове и Беларуси (Озеры, Пожече, Неман, Перла),
- Товары для здоровья и спа,
- Отдых в агротуризме в сочетании с физической активностью на лоне природы.

Группа продуктов городского туризма. Он включает в себя продукты для туризма в секторе MICE (встречи, инсентивы, конвенции, мероприятия). Рекламная деятельность в

этом секторе должна поддерживать имидж и узнаваемость существующих и потенциальных туристических продуктов (комбинаций), связанных с Августовом и Гродно.

Группа продуктов кулинарного туризма. Существующее предложение и кулинарное наследие приграничья могут составить дополнительный, а в некоторых случаях даже самостоятельный туристический продукт. Рекламная деятельность в этом секторе должна поддерживать имидж и узнаваемость следующих – образцовых (существующих и потенциальных) – продуктов (сочетаний продуктов) туристического приграничья:

- Ярмарки местных блюд и продуктов,
- Угощение выбранным пищевым продуктом, например, сигом, варениками, блинчиками.

8 ИНСТИТУЦИОНАЛЬНАЯ СИСТЕМА РЕАЛИЗАЦИИ СТРАТЕГИИ

Реализация Стратегии развития туристического продукта «Августский Канал», особенно в трансграничной перспективе, представляет собой сложный и многоступенчатый процесс, требующий участия ряда различных субъектов: субъектов государственного сектора, предпринимателей, туристических операторов, общественных объединений и т.д. В этом процессе очень важно, чтобы деятельность этих структур была должным образом связана с обеспечением ее эффективного и действенного осуществления. Развитие туризма и туристических продуктов требует, главным образом, обеспечения соответствующих организационных условий и финансирования мероприятий, связанных с этим развитием. Речь идет также о применении инструментов организационной и финансовой поддержки и соответствующих механизмов сотрудничества субъектов из туристического сектора приграничной территории и ее окрестностей. Ключевое значение здесь будут иметь следующие группы субъектов:

- субъекты, координирующие процесс строительства и реализации туристических продуктов - подразделения туристических услуг,
- субъекты, составляющих отдельные элементы туристического продукта,
- субъекты, связанные, главным образом, с туристическими услугами: размещение, питание, развлечения, услуги гида; они также являются менеджерами по привлечению туристов, а также государственными субъектами, ответственными за создание определенных элементов туристической и паратристической инфраструктуры,
- учреждения, оказывающие финансовую и существенную поддержку процессу реализации стратегии и разработки туристических продуктов, т.е. органы самоуправления, туристические организации, общественные организации, финансовые учреждения и другие.

Организация и координация осуществления Стратегии потребуют выполнения следующих условий:

- создание формальной основы для трансграничного партнерства, обеспечивающей комплексное управление туризмом в приграничном регионе,
- обновление Стратегии,
- параллельная реализация всеми заинтересованными сторонами собственных задач, результаты которой послужат достижению целей Стратегии,

- соответствие реализуемых действий ожиданиям рынка - ориентация на экономический аспект создания туристических продуктов,
- создание функциональной коммуникационной платформы между отдельными субъектами, обеспечивающей синергетическую реализацию отдельных туристических продуктов и реализацию туристических предложений территории в системе продажи туристических услуг в Польше и за рубежом,
- принятие учреждениями, связанными с трансграничным туризмом, общих задач, обслуживающих Стратегию, результаты которых будут использованы для создания, развития и совершенствования отдельных туристических продуктов.

Система реализации Стратегии должна базироваться, прежде всего, на местных структурах приграничной территории, т.е. на местных органах власти, местных и отраслевых компетентных учреждениях государственного управления, местных туристических организациях, национальных парках, лесных службах, торговых ассоциациях, коммерческих предприятиях, обслуживающих туристический трафик, и других субъектах, ответственных за создание туристических продуктов.

Управление развитием туристических продуктов в контексте трансграничного партнерства ограничивается созданием соответствующих условий для деятельности местных субъектов и относится к определению необходимых изменений и разработке эффективных методов их внедрения. Процесс реализации Стратегии должен основываться на следующих принципах:

- благосостояние жителей приграничного региона – главный приоритет,
- сосредоточение внимания на результатах совместных действий, что требует определения системы мониторинга и оценки эффективности работы,
- интеграция усилий местных приграничных общин на решении общих проблем,
- обеспечить участие и обратную связь с заинтересованными сторонами в сфере туризма,
- партнерские отношения и равные возможности для реализации интересов всех заинтересованных сторон,
- вовлечение всех жителей, особенно людей из неблагополучных групп, и предоставление им возможности пользоваться результатами развития,
- приоритет совместным действиям,

- равная ответственность сторон, регулярный анализ реализации Стратегии и ее корректировка,
- совместная ответственность за реализацию миссии и достижение целей.

Природные и антропогенные ценности, играющие ключевую роль в создании туристических продуктов, являются основным магнитом для туристов. Это приводит к концентрации многочисленных, взаимодополняющих субъектов, обслуживающих туристов на небольшом пространстве. Структура местной туристической индустрии неоднородна, очень разнообразна и фрагментирована, что в некотором смысле "обрекает" туристические компании на сотрудничество. Специфика туризма способствует спонтанному созданию и развитию кластеров туристических и окружающих туристических предприятий, несущих в себе характеристики туристических кластеров.

Трансграничная Функциональная Территория „Августский Канал” имеет потенциал и критическую массу, чтобы стать одним из немногих трансграничных туристических кластеров. В результате реализации Стратегии и внедрения новых трансграничных туристических продуктов, она может соответствовать всем условиям определения туристического кластера, созданного М.К. Бениго, согласно которому это специфическая группа туристических достопримечательностей, присутствующих в данной местности, обеспеченных высококачественным оборудованием и услугами, политически и социологически связными, в которых существует связь между производственной цепочкой и культурными аспектами, организованными на основе профессионального менеджмента, создающими в результате этого единую и конкурентоспособную сеть организаций со значительным стратегическим преимуществом.

Сотрудничество столь многих и столь разных субъектов позволяет создавать комплексные туристические пакеты, состоящие из взаимодополняющих частичных товаров и услуг (размещение, питание, различные виды аттракционов, сувениры, дополнительные услуги и т.д.), а также включает в себя и другие виды деятельности, которые могут включать в себя, в частности, следующее:

- совместная реклама (веб-сайт, торговые ярмарки, рекламные публикации, сотрудничество со средствами массовой информации и т.д.),
- организация специализированных учебных курсов в рамках повышения квалификации и квалификации туристического персонала,

- повысить возможность поиска дополнительного финансирования (в том числе за счет средств ЕС) для развития экономической инфраструктуры и развития туризма,
- синергия и более эффективное стратегическое планирование деятельности,
- лоббирование - создание групп давления по вопросам, важным для индустрии туризма.

Когда появится, или, скорее, местный туристический сектор приграничного региона созреет, для институционализации в форме кластерной инициативы, он возьмет на себя задачи, связанные с развитием трансграничных туристических продуктов и их непрерывным управлением, включая мониторинг (в том числе: оценка качества всего продукта и его отдельных компонентов, мониторинг удовлетворенности клиентов) и модификацию продукта (обмен самыми слабыми элементами, обогащение предложения и т.д.).

9 СИСТЕМА МОНИТОРИНГА И ПЕРЕСМОТРА СТРАТЕГИИ

9.1 МОНИТОРИНГ СТРАТЕГИИ

Стратегическое планирование представляет собой непрерывный процесс, учитывающий необходимость изменения целей и действий, который требует механизмов мониторинга и обзора, для обеспечения необходимых информации в процессе принятия решений.

Мониторинг является важной частью процесса управления общественными программами, предназначенными для обеспечения точности и эффективности реализации программ, финансируемых за счет общественных средств, путем сбора достоверных данных об этих программах, сравнение их с предполагаемыми показателями, а также принятие решений с участием местных экономических и социальных партнеров о изменениях в этих программах.

Мониторинг представляет собой процесс сбора, обработки и анализа данных о диапазоне реализации целей Стратегии. Для мониторинга степени реализации Стратегии важно создать систему показателей, которая позволила бы измерять масштаб ее реализации и используемые инструменты развития, и таким образом предоставлять достоверную информацию для нужд принятия решений как по текущим, так и по стратегическим вопросам.

Основной функцией мониторинга Стратегии является обеспечение эффективного управления её осуществлением с помощью контроля за ходом реализации и оценки эффективности осуществляемых оперативных программ и проектов

Необходимо фиксировать, анализировать и обновлять ключевые условия развития, которые обеспечивают гибкое реагирование на изменение внешних условий. Это связано с тем, что они могут сделать необходимым изменение целей, принятых в документе, и заставить изменить пути их достижения.

Ответственность за проведение процедуры мониторинга будет лежать на Лидере проекта – Гмине Пласка, которая в сотрудничестве с Партнерами из Беларуси должна - на основе доступных индикаторов Программы Польша-Беларусь-Украина 2014–2020 гг. и

проектов, реализуемых Гминой Пласка установить общие принципы наблюдения, измерения и отчетности в процессе достижения целей, установленных Стратегией. Они должны учитывать измеримость показателей и наличие данных и источников информации о происходящих социально-экономических явлениях и процессах.

Следующим этапом будет определение и возложение на компетентные лица или организации конкретных задач в области постоянного сбора и проверки данных, касающихся важных параметров, имеющих важное значение для реализации Стратегии. Эти лица будут также отвечать за циклическую подготовку докладов, описывающих ход реализации принятых целей.

9.2 ОЦЕНКА РЕАЛИЗАЦИИ СТРАТЕГИИ

Неотъемлемой частью контроля за ходом реализации Стратегии, является оценка эффективности принимаемых мер, как на основе конкретных фактических показателей, эффективности использования финансовых средств, эффективности поиска средств для софинансирования, а также оценки исправности системы реализации Плана.

Под понятием Оценки (эвалюация) политики, программы или проекта подразумевается определение значения политики, программы или проекта по отношению к заранее определенным критериям и на основе нужных информации. Это является оценкой осуществления программ с точки зрения сравнения фактических результатов с планируемыми, имеющими более широкие социально-экономические последствия (impact assesment – оценка воздействия) и сравнения расходов с результатами (анализ эффективности).

Основными критериями оценки, которые будут использоваться при эвалюации Стратегии являются:

- Целенаправленность (effectiveness) – позволяющая определить, были ли достигнуты запланированные цели,
- Эффективность (efficiency) – является сравнением задействованных ресурсов с достижениями на уровне продуктов, результатов, либо воздействия программы,
- Точность (relevance) – позволяющая оценить согласованность целей программы с потребностями местной экономики,
- Полезность (utility) – это сравнение местных потребностей с достижениями данной программы,

- Устойчивость (sustainability) – определяет прочность эффектов программы после окончания ее финансирования.

Следует оценить условия, в которых функционирует сектор туризма и трансграничные партнерства, а также позицию этого сектора и его участников.

Текущие условия деятельности сектора - области измерений

Ресурсы

- Человеческие ресурсы
 - Доступ к квалифицированной рабочей силе
 - Доступ к волонтерам
- Инфраструктура
 - Качество туристической инфраструктуры
 - Качество общественного пространства
- деловой климат
 - Качество местного уровня жизни
 - Относительные затраты на ведение бизнеса
 - Юридические обусловленности и барьеры

Поддержка

- Поддержка предпринимательства и развития инноваций
 - Поддержка со стороны сектора исследований и разработок
 - Поддержка организациями из области бизнеса
- Общественная поддержка
 - Государственные программы поддержки
 - Государственные институты поддержки
- Поставщики
 - Доступ к материалам и оборудованию на местном уровне
 - Доступ к бизнес-услугам на местном уровне
 - Доступ к капиталу на местном уровне

Окружающая среда

- Местные действия
 - Расстояние от конкурентов
 - Расстояние от клиентов
- Компетенция/потенциал экономических и социальных субъектов

- Потенциал развития предпринимательства
- Потенциал для развития продуктов и услуг

Текущее положение трансграничного партнерства - области измерения

Важность

- Критическая масса
 - Количество участников
 - Пропорции репрезентации секторов
 - Количество совместных проектов
- Ответственность
 - Структура принятия решений
 - Ответственность в партнерстве
- Радиус действия
 - Количество клиентов / подрядчиков

Взаимодействие

- Отождествление
 - Внутреннее осознание
 - Внешнее признание
- Связи
 - Местные связи
 - Внешние связи

Динамика

- Инновация
 - Инновационность
 - Доходы от новых продуктов и услуг
- Развитие
 - Количество новых субъектов
 - Уровень развития туроператоров

Оценочное исследование должно быть проведено в течение 5 лет с момента разработки Стратегии. Его цель будет заключаться в оценке степени достижения его целей, а также эффективности принятой системы его реализации. Выводы и рекомендации, вытекающие из доклада об оценке, могут быть использованы для рассмотрения возможного изменения положений Стратегии.