

*Л.М. Ярошевич*  
*Научный совет по проблемам биосферы НАН Беларуси (Минск),*  
*А.А. Лепешев*  
*Белорусский государственный педагогический университет (Минск),*  
*О.Л. Овсянникова*  
*Белорусский государственный технологический университет (Минск)*

## **ОЦЕНКА СОСТОЯНИЯ И ПЕРСПЕКТИВЫ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ ПРИРОДНОГО ПОТЕНЦИАЛА БЕЛОРУССКОГО ПООЗЕРЬЯ ДЛЯ РАЗВИТИЯ ЭКОЛОГИЧЕСКОГО ТУРИЗМА И РЕКРЕАЦИИ**

По прогнозам Всемирной туристической организации, в XXI в. одним из наиболее перспективных направлений развития туризма станет экологический туризм.

Белорусское Поозерье располагает уникальными природными возможностями для развития экологического туризма и рекреации. Этому благоприятствует густая гидрографическая сеть, обилие озер в сочетании с лесными массивами, сохранившиеся островки первозданной природы с редкими видами реликтовых растений и животных. Значение Поозерья значительно возросло в связи с радиоактивным загрязнением значительной части рекреационно-туристических территорий в южных и юго-восточных районах республики в результате чернобыльской катастрофы. Анализ данных о радиоактивной загрязненности территории Беларуси показывает, что для природных территорий Поозерья, перспективных для использования в рекреационно-туристической отрасли, ограничений практически нет.

Белорусское Поозерье располагается в пределах северной, умеренно теплой, влажной агроклиматической области Беларуси (среднемесячная температура июля +17,5 °С, января от -6,5 до -8,5 °С). Годовая величина суммарной солнечной радиации (1502—1670-Мдж/м<sup>2</sup> в год), сумма эффективных температур (от 645 до 777 °С за период с  $t$  10 °С), теплообеспеченность территории вполне достаточна для развития рекреационно-туристического отдыха.

Основная часть Поозерья приурочена к бассейну Западной Двины. В регионе насчитывается более 5,1 тыс. рек и ручьев общей протяженностью 17,2 тыс. км. Современная хозяйственная деятельность пока существенно не повлияла на их загрязнение и истощение. Разнообразие ледниковых форм рельефа, мозаичность лесо-луговых угодий генетически сочетаются с многочисленными озерами, количество которых в бассейне Западной Двины составляет 2800. К наиболее живописным, отличающимся чистой водой и богатой разнообразной ихтиофауной, относятся озера Снуды, Дривяты, Дрисвяты — на северо-западе региона, Паульское, Отолово, Черсвятское — в центральной части. В Глубокском районе находится и самое глубокое в Беларуси озеро Долгое (53,7 м). Наряду с туристско-рекреационным потенциалом большинство озер Белорусского Поозерья перспективны для развития любительского и спортивного рыболовства.

В структуре земельного фонда Белорусского Поозерья современный природный растительный покров занимает 61,3 % территории региона, представленный лесами (31,5 %), лугами (13,3 %), болотами (6,2 %) и кустарниками (10,3 %). Леса в регионе выступают как основной тип и ведущий компонент в структуре природной растительности. Они представлены широколиственно-темнохвойными лесами южно-таежного типа, где постоянным элементом в составе лесных фитоценозов выступает ель европейская с участием широколиственных пород (дуб черешчатый, липа мелколистная, клен остролистный, ясень обыкновенный). Лесные ресурсы помимо собственно древесных включают такие важные компоненты, как ресурсы дикорастущих ягод и плодов: клюква, черника, брусника, голубика, ежевика, малина, земляника. Производственная оценка биологических запасов этих ягодников показывает, что общая их площадь составляет 780,5 тыс. га.

Экологические условия Поозерья благоприятны для произрастания большого ассортимента съедобных грибов. К тому же регион чист в радиационном отношении. В среднем около 805,6 тыс. га, или 65,4 % лесопокрытой площади пригодно для произрастания съедобных грибов.

Богат животный мир лесов региона. Здесь обитают лось, дикий кабан, косуля, олень. Только в Поозерье есть бурый медведь. В регионе самая высокая в Беларуси численность и плотность боровой дичи — тетерева и глухаря, соответственно 21 % и 40,6 % общей численности в республике.

Болота Поозерья носят черты типичных восточноевропейских болот южно-таежного типа. В регионе сконцентрировано около 80 % всех верховых болот республики, которые представлены такими крупными массивами, как Ельня, Жада, Долбешишки, Грибловский мох, Чистый мох, Голубическая пуща и др.

В бассейне Западной Двины выявлены 54 торфяных месторождения, имеющих сырье, пригодное для получения лечебных грязей, прогнозные запасы которых оцениваются в 34,9 млн м<sup>3</sup>.

Кроме имеющихся национальных парков “Браславские озера” и “Нарочанский” (площадь последнего в пределах Белорусского Поозерья составляет 18,3 тыс. га), Березинского биосферного заповедника и ряда заказников, наибольшую ценность относительно богатства фаунистических и флористических комплексов представляют хорошо сохранившиеся лесные массивы: северный — на территории Верхнедвинского, Россонского, Полоцкого и Шумилинского районов; северо-восточный — на территории Городокского и Витебского районов; юго-восточный — на территории Витебского, Лиозненского, Дубровенского, Оршанского и Сенненского районов; Березинский — на территории Лепельского, Докшицкого и Ушачского районов. Именно эти территории прежде всего должны рассматриваться как природные объекты для развития экологического туризма.

Общая площадь природных территорий, перспективных для рекреационно-туристического использования, составляет около 350 тыс. га.

*Л. Анастасова*

*Бургасский свободный университет (Бургас, Болгария)*

## МАРКЕТИНГ В ГОСТИНИЧНОМ ХОЗЯЙСТВЕ

Болгария – одна из стран Восточной Европы, которая находится в трудной экономической ситуации в связи с переходом к рыночной экономике. Большинство болгарских компаний, включая туристские, потеряли традиционные рынки после падения старой системы. Они столкнулись с огромными трудностями при завоевании новых рынков, потому что менеджеры как государственных, так и частных компаний не обладают достаточными знаниями в области маркетинга. Им необходима информация и знания о маркетинговой политике и практике курортов и отелей в других странах, особенно с развитой экономикой. Так как Испания очень успешно работает в области туризма, основной целью данного научного исследования была оценка маркетинговой политики и практики курортов и отелей Испании и Болгарии, а также разработка рекомендаций по совершенствованию маркетинговой деятельности туристской индустрии Болгарии.

Исследование было направлено на решение следующих вопросов:

- в какой степени туристские курорты и местные органы управления туризмом используют возможности продвижения на рынок имеющихся туристских ресурсов;
- как часто туристские курорты и отели производят модификацию своих продуктов и как такие категории как размер, категория отеля и расположение влияют на это;
- разрабатывают ли туристские компании и отели Испании маркетинговые планы и на какие элементы продвижения они делают при этом упор;
- какой тип рекламы применяют курорты и отели Испании;
- какие меры предпринимают по развитию туризма местные власти;
- какая структура каналов сбыта используется в туризме и гостиничной индустрии Испании и Болгарии;
- используют ли туристские компании и отели электронные продажи через Интернет.

Для сбора информации использовались следующие методы. Во-первых, почтовый опрос (80 отелей в Испании и 61 отель в Болгарии). Во-вторых, интервью с президентами ассоциаций, гостиниц, туристских предприятий, руководителями местных органов управления туризмом, менеджерами по маркетингу (20 интервью в Испании и 17 интервью в Болгарии).

Гостиницы Испании классифицированы на 3 группы в зависимости от их категории (по числу звезд), особенностей деятельности (с учетом месторасположения – город или курортная зона), типа управления (независимые или принадлежащие какой-либо гостиничной цепи). Гостиницы Болгарии классифицированы только по первым двум признакам, так как отелей, принадлежащих к гостиничным цепям, очень мало. Маркетинговая политика туристских курортов оценивалась также с помощью анализа информационно-рекламных материалов (каталоги, брошюры, проспекты, рекламные листовки, сувениры и т.д.).

На основании сравнительного исследования маркетинговой деятельности испанских и болгарских гостиниц, туристских фирм и курортов сделаны конкретные