

## Секция 6. Туризм для устойчивого развития

УДК 316.334.56

**БЕЛЮК А.О.**

Брест, БрГУ имени А.С. Пушкина

Научный руководитель – Токарчук С. М., канд. геогр. наук, доцент

### **СОСТАВЛЕНИЕ МЕНТАЛЬНЫХ КАРТ БРЕСТА ДЛЯ ЦЕЛЕЙ ИЗУЧЕНИЯ ТУРИСТИЧЕСКОГО ОБРАЗА ГОРОДА**

Ментальные карты – это способ визуализации субъективных представлений об окружающей действительности. Данные карты удобно использовать для подробного изучения городской среды или ее отдельных компонентов. Уникальность ментальных карт заключается в том, что они основаны на индивидуальном восприятии человеком города, которое достаточно редко совпадает с общепринятыми схемами и концепциями. Для составления корректного представления об особенностях территории нельзя делать выводы, основываясь на мнении одного человека либо нескольких людей. Для подобных исследований необходимо проведение масштабного опроса (анкетирования). И только совпадение множества индивидуальных представлений, актуализированное посредством масштабного социологического исследования, и позволяет создать ментальную карту города.

В настоящем исследовании приводится опыт составления ментальных карт города Бреста для целей изучения его туристического образа, а также развития его туристического потенциала не только за счет посещения «традиционных» мест в городе, но и уникальных территорий и объектов, которые являются значимыми туристическими объектами по мнению жителей города. Описанные в работе ментальные карты были созданы с использованием картографического веб-шаблона Story Map Crowdsourcing, являющегося частью облачного сервиса ArcGIS Online от ESRI. Основная функция созданных в данном шаблоне веб-приложений – сбор различных данных посредством краудсорсинга.

Приложение Story Map Crowdsourcing представляет собой карту, на которую каждый желающий может наносить различного рода информацию. Желающие могут поставить точку на карту, составить небольшое описание отмеченного объекта и загрузить его фотоснимок. Для участия в краудсорсинге даже не требуется регистрация.

Положительной чертой приложения является его чёткая конструкция и максимальная простота использования, даже для лиц, не интересующихся ГИС-технологиями. Процесс внесения данных максимально прост и не требует специальной подготовки, а исследование полученной карты очень удобно, несложно и наглядно. Любой желающий нажимает на снимок

интересующего его объекта и получает данные о его особенностях и местонахождении.

В рамках проводимого нами исследования по изучению ментального восприятия нашего города, с помощью сервиса ArcGIS Online была создана серия из четырех ментальных карт, объединенных в единую атласную систему «Атлас Брестского значимого» (<https://arcg.is/1CS5Pf>). Атлас содержит 4 раздела в виде приложений Story Map Crowdsourсe, каждое из которых раскрывает различные стороны привлекательности нашего города.

Первый раздел называется «*Мои любимые места на карте Бреста*» и предлагает всем желающим указать на карте наиболее значимые для них места. Это могут быть различные зелёные зоны, места общепита и досуга.

Второй раздел носит название «*Мои самые не любимые места на карте Бреста*», он предлагает всем желающим нанести на карту города места, которые они предпочитают не посещать сами и не советовали бы использовать как туристические объекты.

Оба первых раздела должны заполняться за исключением мест своей работы, учебы и проживания.

Третий раздел называется «*Брест, который должен увидеть каждый*», предлагает горожанам и туристам, посетившим город, нанести на карту наиболее значимые туристические объекты нашего города, объекты, которые горожане показывают туристам в первую очередь и которые туристы обязательно должны увидеть. Это могут быть не только культовые сооружения и достопримечательности, но и места досуга и общепита.

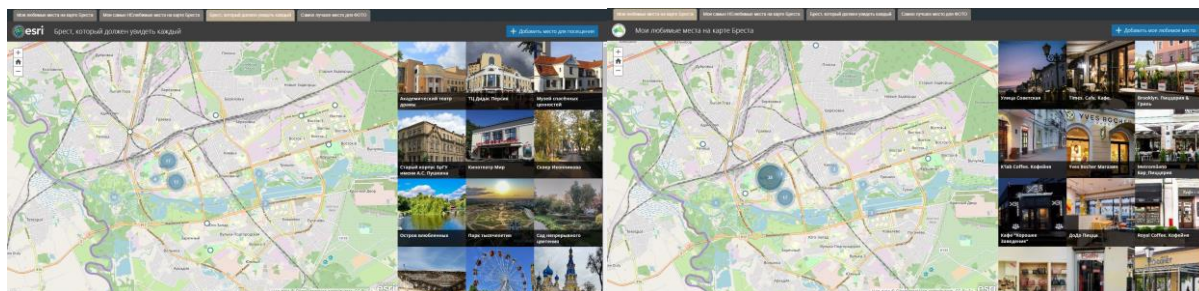
Последний раздел «*Самое лучшее место для фото*» предлагает желающим нанести на карту их любимые фотоснимки и обозначить лучшие места для фото в пределах нашего города.

Атлас достаточно полно раскрывает различные стороны города и может быть полезен в различных сферах жизни горожан и ведения бизнеса. Любой желающий, турист или брестчанин, может открыть атлас и узнать, где можно получить наиболее удачные снимки в городе, где люди любят проводить время, где больше концентрируется туристов и многое другое.

При ведении мелкого бизнеса, атлас также может показать, где наибольшее скопление людей или значимых объектов конкурентов, что поможет при выборе места расположения открываемой точки. Для туристов будет полезно узнать любимые места местных жителей, которые стоит посетить, так как зачастую туристические фирмы не могут предложить максимально полный маршрут по значимым объектам города и туристы не могут прочувствовать город как местные жители. Следовательно, подобный атлас может сыграть значимую роль.

На данный момент в краудсорсинге приняли участие более двухсот человек, желающие могли наносить точки в любой из разделов, однако наибольшей популярностью пользовались приложения: «*Мои любимые места на карте Бреста*» и «*Брест, который должен увидеть каждый*» (рисунок).

Почти все любимые места горожан расположены в центральной части города, исключение составляют лишь несколько объектов: гребной канал и ледовый дворец, которые отмечали любители активного отдыха. В центральной части города брестчане отдают приоритет не достопримечательностям, а общественным заведениям. В основном это точки общепита, где преобладают кофейни, и небольшие магазины одежды. Также горожане любят посещать набережную и парк культуры и отдыха. Половина отмеченных на карте заведений находится на улице Советской – которую можно назвать главным центром притяжения города.



**Рисунок – Наиболее популярные разделы атласа**

Свои нелюбимые места горожане отмечали менее охотно, многие аргументировали это их отсутствием. Однако среди отмеченных мест можно выделить заводской район на улице Янки Купалы, старые торговые центры в восточном районе города и, что удивительно, значительному количеству респондентов не приглянулся архитектурный стиль нового автовокзала. Также некоторые в список нелюбимых мест включали улицу Советскую, аргументируя это большим скоплением людей.

Туристическими местами горожане называли брестские достопримечательности. Здесь также преобладает центральный микрорайон, в особенности улица Советская. Однако большее количество людей отметили Брестскую крепость – как главный туристический объект, среди любимых мест горожан крепость пользовалась меньшим спросом. Также стоит отметить, что у многих туристов Брест ассоциируется с Беловежской пущей, которую по значимости приравнивали к Брестской крепости. В список значимых объектов для туристов попали почти все зелёные зоны города, включая парк Воинов-интернационалистов, парк Мира в восточной части города и парк Тысячелетия на Вульке. Без внимания не остались транспортные узлы и спортивные объекты, многие горожане повели бы туристов на футбол (стадион Брестский) и на гандбол (СК Виктория), некоторые предпочли ли покататься на коньках в Ледовом дворце.

Также на первый план выходят достопримечательности и уникальные для нашей страны и города сооружения, горожане бы провели туристов по улицам с сохранившимися зданиями польской и имперской застройки, провели бы по аллее кованых фонарей и к фонарщику. Здесь места общепита и магазины почти не встречаются (исключение новый

Макдональдс и Центральный универмаг), зато были выделены новые современные отели, такие как Хилтон и Эрмитаж.

Как мы видим, горожане охотно делятся информацией относительно своих любимых мест, а туристы отмечают наиболее запомнившиеся места нашего города. При дальнейшем сборе данных и максимально полном наполнении атласа из него выйдет хорошее руководство для людей ведущих бизнес и путеводитель для туристов.

*Работа выполнена при поддержке Белорусского республиканского фонда фундаментальных исследований (грант БРФФИ Х19М-021, № Г/Р 20191948).*

УДК 338.486 (476)

**БАЦКАЛЕВИЧ А.И.**

Минск, БГУ

Научный руководитель – Витченко А.Н., доктор геогр. наук, профессор

## **АНАЛИЗ РАЗВИТИЯ МЕЖДУНАРОДНОГО ВЪЕЗДНОГО ТУРИЗМА В РЕСПУБЛИКЕ БЕЛАРУСЬ И СОПРЕДЕЛЬНЫХ ГОСУДАРСТВАХ ЗА ПЕРИОД 2010-2018 ГГ.**

В настоящее время темпы развития туристической отрасли опережают темпы роста мировой экономики, что позволяет увеличивать доходы от туризма как государствам с развитой экономикой, так и государствам с формирующейся рыночной экономикой. Исходя из этого въездной международный туризм является одним из приоритетных направлений устойчивого развития государства.

В 2018 году уровень развития мировой экономики, технологические достижения и упрощение визового режима позволили увеличить количество туристов в странах с развивающейся экономикой. Это способствовало увеличению международных туристических прибытий на 5% и повышению доходов от туризма на 1,4 миллиарда долларов, по отношению к 2017 году [1].

Государственной программа «Беларусь гостеприимная» на 2016–2020 гг. предусматривает достижение целей и задач, которые реализуются в рамках международных тенденций, в основе которых рост и диверсификация экспорта товаров и услуг, обеспечение сбалансированности внешней торговли [2].

Согласно закону Республики Беларусь «О туризме» [3] въездной международный туризм – это туристическое путешествие иностранных граждан и лиц без гражданства, за исключением постоянно проживающих в Республике Беларусь, в пределах территории Республики Беларусь. В определении всемирной туристской организации (далее – WTO), въездной