

СЦЯПАН СТУРЭЙКА. ГРОДЗЕНСКАЯ СПАДЧЫНА І ТУРЫЗМ

Крыніца друкавання:

Стурэйка, С. Гродзенская спадчына і турызм [Электронны рэсурс] / Сцяпан Стурэйка // Harodnia.com. – Рэжым доступу: <https://harodnia.com/be/poszuki/idei-dlia-horada/407-spadzyna-i-turyzm>. – Дата доступу: 23.06.2017 г.

Нягледзячы на сусветны эканамічны крызіс гродзенская адміністрацыя спадзяецца ў гэтым сезоне нарасціць прыток турыстаў. Дадатковыя сродкі кінутыя на добраўпарадкаванне Аўгустоўскага канала, плануецца ўсталяванне дадатковых інфармацыйных табло ў цэнтры старога горада, каля 10 новых турыстычных маршрутаў ужо распрацаваныя. Што ж, кажам мы, у добры шлях!

Будзем вельмі рады, калі ў Горадню заедзе некалькі соцен новых гасцей. Але ж ці сапраўды гэтыя планы рэалістычныя? Паспрабуем разабрацца.

Неабходна адразу зрабіць некаторыя тлумачэнні. Тыя экскурсійныя групы шкаляроў, што зрэдку могуць назіраць гарадзенцы побач з нашымі замкамі – не з'яўляюцца турыстамі, бо турыст (па навуковаму азначэнню) – гэта чалавек, які выбіраецца са звычайнага асяроддзя жыцця і знаходзіцца на наведаным аб'екце не менш за 24 гадзіны. Толькі такі чалавек стварае стымул для эканамічнага развіцця аб'екта, бо для яго неабходна функцыянаванне гасцініц, рэстаранаў, кафэ, неабходная культурная праграма і г.д. Дзеці і нават састарэлыя, якія прыехалі на пяцігадзінную экскурсію ў лепшым выпадку купяць па два чабурэка і па камплекту паштовак (і то, чабурэкі яны могуць прывезці з хаты). Яны зусім ніяк не спрыяюць развіццю гарадской эканомікі. А ў нашым горадзе сапраўдных турыстаў паранейшаму мізэрная колькасць.

Турызм стварае попыт на шырокі спектр паслуг, чым забяспечвае магчымасці для развіцця грамадства як у эканамічным, так і ў культурным плане. Мяркуюцца, што турызм можа спрыяць адміністраванню і захаванню гістарычных аб'ектаў. Турысцкая дзейнасць дзяржавы можа ўключаць навучанне мясцовага насельніцтва ўваходу ў турысцкую галіну, напрыклад, навучанне гідаў або развіццё невялікіх прадпрыемстваў. Таксама неабходна навучанне для паляпшэння навыкаў і падвышэння стандартаў абслугоўвання, ды і шмат яшчэ чаго...

Сёння шмат гавораць аб развіцці як унутранага, так і ўязнога турызму ў цэлым па рэспубліцы, і ў нашым горадзе ў прыватнасці. Здаецца нават, што ўся гэтая рэканструкцыя была задуманая для таго, каб падвысіць турысцкі патэнцыял Гродна. Тым не менш, спрэчкі працягваюцца. Ну як жа прымусіць палякаў, літоўцаў, саміх беларусаў прыехаць да нас і патраціць у нас свае грошыкі? Можа быць, трэба прыдумаць якую-небудзь «фішку» і яны адразу паедуць сюды? Ці

пешаходны цэнтр іх прывабіць? Ці, можа быць, атынкаваныя хаткі разам з бетоннай пліткай зробіць турысцкую рэвалюцыю? Насамрэч, працэс прыцягнення турыстаў не звязаны толькі з нашай архітэктурнай спадчынай і яе станам. Гэта – комплексная праблема. Для ілюстрацыі сказанага выкарыстаем папулярны на захадзе прасты метада SWOT-аналізу.

SWOT-аналіз – гэта азначэнне ўнутраных патэнцыйных моцных і слабых бакоў вашага прадпрыемства (у дадзеным выпадку – арганізацыя турызму ў Гродна), а таксама магчымасцяў і пагроз, якія выходзяць з яго самага блізкага асяроддзя (знешняй сарады).

SWOT-аналіз развіцця турызму для г. Гродна

SWOT-аналіз развіцця турызму для г. Гродна

1. Аналіз унутранай сарады аб'екта.

Параметры адзнакі:	Моцныя бакі:	Слабыя бакі:
<i>1. Узровень гісторыка-культурных помнікаў.</i>	1. Вялікая разнастайнасць помнікаў розных выглядаў і эпох (па беларускіх мерках). 2. Наяўнасць шэрагу помнікаў міжнароднага значэння (цікавых гал. чын. для палякаў і літоўцаў).	1. Непрывабнасць большыні помнікаў. 2. Неразвітасць інтэрпрэтацыйных тэхналогій.
<i>2. Размяшчэнне помнікаў.</i>	1. Горад размешчаны на стыку межаў Беларусі, Літвы і Польшчы, блізу «раскручанага» Аўгустоўскага канала. 2. Помнікі размешчаны кампактна, на адлегласці пешых шпацыраў.	1. Неабходнасць афармлення беларускіх віз для наведвання горада замежнікамі. 2. Аддаленасць горада ад большасці беларускіх абласных цэнтраў (Віцебск, Гомель, Магілёў – каля 10 гадзін язды). 3. Немагчымасць унутры-беларускіх транзітных заездаў.
<i>3. Наяўнасць турысцкай інфраструктуры.</i>	1. Наяўнасць у гістарычным цэнтры пэўнай колькасці кафэ, рэстаранаў, гатэляў з прымальным па беларускіх стандартах сэрвісам. 2. Нізкі ўзровень коштаў.	1. Недастатковы ўзровень кафэ, гасцініц, рэстаранаў, іх невялікая колькасць. 2. Практычна поўная адсутнасць сувенірнай прадукцыі.

4. <i>Мясцовае насельніцтва</i> .	1. Вялікая колькасць кваліфікаваных кадраў для работы з турыстамі (дзякуючы гродзенскім ВНУ). 2. Дабразычлівае мясцовае насельніцтва.	1. Псіхалагічная непадрахтаванасць гараджан да наплыву турыстаў.
5. <i>Палітыка прасоўвання (рэклама, інтэрпрэтацыйныя тэхналогіі).</i>	1. Спрыяльныя магчымасці для правядзення такой палітыкі.	1. Яе недастатковая якасць. 2. Негатыўны імідж горада ў сувязі з апошнімі мерапрыемствамі па добраўпарадкаванню.

2. Аналіз знешняга асяроддзя аб'екта.

Параметры адзнакі:	Магчымасці:	Пагрозы:
1. <i>Фактары попыту.</i>	1. Параўнальна лёгка можна павялічыць попыт за кошт прадуманай рэкламнай кампаніі. 2. Параўнальна шырокая фокус-група культурных турыстаў (беларусы, замежнікі, усе ўзроўні даходаў).	1. Попыт можа абагнаць прапанову, што створыць негатыўны імідж аб'екта. 2. Сезоннасць попыту.
2. <i>Міжнародныя фактары.</i>	1. Геаграфічная выгода доступу да аб'екта. 2. Нарастальная цікавасць да Беларусі ў свеце.	1. Негатыўны імідж Беларусі ў Еўропе. 2. Можа ўзмацніцца жорсткасць працэдуры афармлення віз.
3. <i>Эканамічныя фактары.</i>	1. Падвышэнне ўзроўня прыбыткаў грамадзян краіны. 2. Рост эканамічнай актыўнасці ў рэгіёне.	1. Нестабільнасць беларускага эканамічнага заканадаўства.
4. <i>Унутрыпалітычныя фактары.</i>	1. Палітыка дзяржавы па развіццю турысцкай сферы. 2. Традыцыі моладзевага ўнутранага турызму.	1. Палітыка дзяржавы па ліквідацыі сацыяльных палёгак і датацый. 2. Неразуменне феномену турызму мясцовай уладай.

Такім чынам, на падставе гэтых двух табліц, мы можам зрабіць наступныя нескладаныя высновы:

1. Як скарыстацца магчымасцямі?

А) Зніжаць сабекошт тураў і распрацоўваць інавацыйныя прапановы за кошт уцягвання большай колькасці маладых адмыслоўцаў у сферы турызму і інтэрпрэтацыі спадчыны.

Б) Імкнуцца прыцягваць як мага больш замежных турыстаў.

2. За кошт чаго можна знізіць пагрозы?

А) Прадуманая рэкламная кампанія.

Б) Прапанова тураў пераважна ніжняй і сярэдняй цэнавых катэгорый.

В) Лабіяванне інтарэсаў турысцкай індустрыі ў беларускім урадзе і мясцовых органах улады.

3. Што можа памяшаць скарыстацца магчымасцямі?

А) Падвышэнне кошту тураў.

Б) Слабая канкурэнтаздольнасць аб'ектаў культуры і інфраструктуры.

4. Самыя вялікія небяспекі для фірмы, што задумала арганізацыю тураў у

Гродна.

А) Будзе паніжацца канкурэнтаздольнасць уязных тураў.

Б) Унутраны турызм будзе арыентаваны пераважна на жыхароў блізкіх рэгіёнаў (Гродзенская, Брэсцкая, Менская вобласці).

Уласна, у праведзеным простым аналізе бачны ўвесь комплекс пагроз і магчымасцяў для турысцкай індустрыі горада. На мой погляд, усе тыя кволыя захавы адміністрацыі рэалізаваць станоўчыя моманты перакрэсліваюцца слабой каардынацыяй дзеянняў, прасцей гаворачы, адсутнасцю выразнай турысцкай стратэгіі (ужо не гаворачы аб сумнеўным знешнепалітычным становішчы нашай краіны).

Патэнцыяна найбольш значным зрухам у прыцягненні турыстаў будзе магчымасць спрошчанага ўезду з 50-кіламетровай тэрыторыі Літвы ды Польшчы. Калі гэта здарыцца – невядома, але спрошчаныя правілы ўезду могуць спрыяць уезду ў наш горад больш за 100 тысяч патэнцыяльных турыстаў з Вільні (вядома, не ўсе жыхары 600-тысячнай Вільні захочуць наведаць “Гардзінас”). З польскага боку турыстаў такога “спрошчанага” тыпу чакаецца ў разы менш. Нават Беласток не трапляе ў заветную 50-кіламетровую зону. Тым не менш, усім замежнікам будзем рады. Але ці зможам мы ўсіх іх уладкаваць на начлег? У горадзе няма ні воднага моладзевага гатэлю – хостэла. Традыцыйных гатэляў (любой якасці) не хапае нават камандзіровачным беларусам... Нават гродзенскі карэспандэнт “Савецкай Беларусі” Іосіф Папко не здолеў апошнім часам знайсці ў цэнтры горада прыстойнае месца для харчавання¹.

Можна сказаць, што гродзенскія ўлады жыццёва зацікаўленыя ў лабіяванні ўсіх праеўрапейскіх захадаў вышэйшага кіраўніцтва краіны. Пачынаючы з 50-кіламетровай зоны допуску літоўцаў ды палякаў і заканчваючы спрашчэннем працэдуры атрымання беларускіх віз для іншаземцаў наогул, ажно да поўнай іх адмены. Моцны быў бы крок, і для Горадні вельмі выгадны!

Зразумела, нельга ўсё звальваць на дзяржаву. Неабходна і прыватная ініцыятыва, якая ў нас надзвычай слабая (цікава, чаму?). Маркетынг аб'екта культуры неабходны, паколькі прапаноўвае мясцовым жыхарам альтэрнатыўныя крыніцы прыбытку. Невялікія арганізацыі, такія як асацыяцыі мясцовых гідаў (якіх у нас няма), карэтныя станцыі (якіх у нас таксама няма) і аб'яднанні мясцовых майстроў-рамеснікаў рэдка бываюць часткай рэгіянальных ці рэспубліканскіх высілкаў. Дзяржава можа толькі падтрымліваць або перашкаджаць іх дзейнасці.

Асабіста я абяруч за развіццё турызму ў нашым горадзе. Але што ж наша спадчына? Ці з'яўляецца развіццё турызму для яе толькі выгодай або таксама ўтрымлівае ў сабе праблемы? Пагрозы, звязаныя з турызмам, уключаюць адмоўнае ўздзеянне ад наведвання турыстаў, будаўніцтва (якое парушае значнасць аб'ектаў нашай спадчыны), адсутнасць плану кіравання турызмам (які з'яўляецца базавай інфармацыяй) на аснове якога адміністрацыя аб'ектаў і гарады маглі бы стала сачыць за тым, што адбываецца. Галоўная дылема заключаецца ў тым, што логіка фінансавых выдаткаў і прыбыткаў можа вельмі сур'ёзна ўплываць на перамены ў гістарычным характары мясцовасцяў або спрыяць страце самой мясцовасці! Турызм, пры дапамозе розных рэканструкцый і дабудов, мае здольнасць захоўваць толькі знешні від гістарычных рэліквій і мясцовасцяў, тым часам як аўтэнтычная іх структура і матэрыял з-за інтэнсіўнасці турысцкай дзейнасці могуць быць страчаныя. Тое ж самае адносіцца і да мясцовых жыхароў, якія ператвараюцца толькі ў частку спектакля для турыстаў (часам гэтыя прыводзяць да дэградацыі лакальных культур або перасяленню, такім чынам, змяняючы значэнне гэтай мясцовасці, а спадчына ператвараецца ў фальсіфікат).

Такім чынам, статут аб'екта нацыянальнай спадчыны, падтрымка СМІ, тэндэнцыі прыняцця на сябе сацыяльнай адказнасці з'яўляюцца самымі важнымі элементамі для стымулявання ўваходу нашага горада ў турысцкую сферу. Для пашырэння падтрымкі турысцкай галіны таксама неабходна развіццё жыццяздольных турысцкіх праектаў. Прыцягненне прыватнага сектара з'яўляецца адной з падстаў для развіцця турызму.

Сцяпан Стурэйка