

У 2017 г. у цэнтральнай частцы ўзвышша быў закладзены шурф плошчай 1 м² (GPS: N 54°33'57,84", E 26°47'32,78"). Стратыграфія: дзёрн і падзолісты слой (0–0,20 м); светла-шэры супесак (0,20–0,40 м) і светлы пясок без знаходак (0,40–0,60 м).

Знаходкі: пласціна з рэтушшу, 2 адшчэпа, 4 нявызначаных кавалка крэменю. Помнік папярэдне датуецца перыядам каменнага-бронзавага вякоў (Мал. 2).

Вула-4 (Нарачанскі сельскі савет). Помнік знаходзіцца ў 210 м на поўнач ад помніка Вула-3 (GPS: N 54°34'03.3", E 26°47'43.3"). Выяўлены ўпершыню. Месціца на пясчаным узвышшы авальнай формы вышыняй 10–15 м і памерамі 100 м па лініі поўнач-поўдзень і 45 м па лініі захад-усход.

У 2017 г. у паўночнай частцы ўзвышша быў закладзены шурф плошчай 1 м² (GPS: N 54°34'3,46", E 26°47'43,61"). Стратыграфія: дзёрн і падзолісты слой (0–0,15 м); светла-шэры супесак (0,15–0,30 м) і светлы пясок без знаходак (0,30–0,60 м).

Знаходкі: скол з аднапляцовачнага нуклеуса, 6 адшчэпаў, 1 кавалак крэменю нявызначаных. Помнік папярэдне датуецца перыядам каменнага-бронзавага вякоў (Мал. 2).

Вула-5 (Нарачанскі сельскі савет). Помнік знаходзіцца ў 400 м на поўдзень ад помніка Вула-4 (GPS: N 54°33'47.4", E 26°47'22.6"). Выяўлены ўпершыню. Месціца на пясчаным узвышшы акруглай формы вышыняй 4–5 м і памерамі 110 м па лініі поўнач-поўдзень і 90 м па лініі захад-усход.

У 2017 г. у цэнтральнай частцы ўзвышша быў закладзены шурф плошчай 1 м² (GPS: N 54°33'47,58", E 26°47'22,81"). Стратыграфія: дзёрн і падзолісты слой (0–0,20 м); светла-шэры супесак (0,20–0,40 м) і белы пясок без знаходак (0,40–0,60 м).

Знаходкі: пласціна з рэтушшу, фрагмент пласціны, 5 адшчэпаў і 5 кавалкаў крэменю нявызначаных. Помнік папярэдне датуецца перыядам каменнага-бронзавага вякоў (Мал. 2).

У адпаведнасці з заданнем, якое было атрымана ад дяржаўнай навуковай установы “Інстытут гісторыі Нацыянальнай акадэміі навук Беларусі”, мэтай археалагічнага пошуку на тэрыторыі Астравецкага раёна ў 2017 г. стала праверка інфармацыі наконт выяўлення старажытнасцей перыяду вайны 1812 г. Маршрут разведкі ахапіў тэрыторыю вакол в. Спонды Міхалішчаўскага сельскага савета. Археалагічных знаходак выяўлена не было.

Заклучэнне. У 2017 г. на тэрыторыі Зэльвенскага раёна была абследавана тэрыторыя правабярэжжа р. Зэльвянка ў ваколіцах г.п. Зэльва, а таксама тэрыторыя помніка Навасёлкі-2.

Археалагічныя работы 2017 г. дазволілі выявіць на тэрыторыі Беларускага Павілля 3 новых помніка з матэрыяламі перыяду каменнага-бронзавага вякоў: Бушавіца-3 (Маладзечанскі раён), а таксама Вула-4 і Вула-5 (Вілейскі раён). Быў абследаваны і вядомы раней у Вілейскім раёне помнік Вула-3.

1. Лакіза, В. Л. Старажытнасці позняга неаліту і ранняга перыяду бронзавага веку Беларускага Панямоння / В. Л. Лакіза ; Нац. акад. навук Беларусі, Ін-т гісторыі. – Мінск : Беларус. навука, 2008. – 344 с.

2. Чарняўскі, М. М. Справаздача аб археалагічных даследаваннях на поўначы Беларусі ў 1964 г. / М. М. Чарняўскі // Цэнтральны навуковы архіў НАН Беларусі (ЦНА НАНБ). – ФАНД. Воп. 1. Арх. № 240.

3. Чарняўскі, М. М. Неаліт Беларускага Панямоння / М. М. Чарняўскі / АН БССР, Ін-т гісторыі ; нав. рэд. Д. Я. Цялегін. – Мінск : Навука і тэхніка, 1979. – 142 с.

4. Чарняўскі, М. М. Справаздача аб археалагічных даследаваннях у 1980 г. / М. М. Чарняўскі // Цэнтральны навуковы архіў НАН Беларусі (ЦНА НАНБ). – ФАНД. Воп. 1. Арх. № 694.

5. Чарняўскі М.М. Археалагічныя даследаванні на тэрыторыі Заходняй Беларусі ў 2011 г. / М. М. Чарняўскі // Цэнтральны навуковы архіў НАН Беларусі (ЦНА НАНБ). – ФАНД. Воп. 1. Арх. № 1764. – с. 4.

6. Чернявский, М. М. Отчет об археологических исследованиях в 1968 г. / М. М. Чернявский / М. М. Чарняўскі // Цэнтральны навуковы архіў НАН Беларусі (ЦНА НАНБ). – ФАНД. Воп. 1. Арх. № 325.

ДЕСТИНАЦИЯ КАК ОСНОВА ФОРМИРОВАНИЯ СОЦИАЛЬНО-ЭКОНОМИЧЕСКИХ ЭФФЕКТОВ РЕГИОНА

*Е.М. Янкевич
Минск, БГЭУ*

В настоящее время особую актуальность приобретает проблема организации отдыха и рекреации населения, когда не рекомендовано посещение других стран в силу закрытых границ. В тоже время дестинация, как место привлекательное для туристов, создает возможности для роста и формирования социально-экономических эффектов, важных для регионального

развития. Несомненно, туристический сектор экономики обладает достаточным мультипликативным эффектом и стимулирует развитие смежных отраслей. Целью данного исследования является разработка и обоснование модели туристической дестинации формирующей социально-экономические эффекты региона.

Материал и методы. Для проведения исследования использованы материалы научных трудов отечественных и зарубежных исследователей, личные разработки автора. В качестве основных методов использовались: наблюдение, сравнение, логико-дедуктивный, анализ и синтез.

Результаты и их обсуждение. Каждый регион не независимо от своего месторасположения на карте страны пытается быть привлекательным, социально и экономически развитым. Как показали более ранние исследования, Оршанский район относится к числу регионов, где развитие туризма весьма перспективно. Численность всех организованных туристов и экскурсантов в Оршанском районе в 2018г. по отношению к 2017г. возросла на 107,0% или на 1061 чел., увеличены потоки внутреннего туризма – на 110,7%. Причем численность туристов, обслуженных организациями в данном районе за аналогичный период, составляет 107%, что больше, чем по Витебской области 105,1% [1]. Поскольку возрастает количество туристических прибытий, логичным становится развитие соответствующей инфраструктуры и создание возможностей для более длительного пребывания туристов на данной территории, что способствует повторным посещениям. Достигнуть чего можно через формирование привлекательности территории, что обусловит рост показателей социально-экономического развития региона, обладающего комплексом разнообразных туристических ресурсов.

Основываясь на модели дестинации, как экономической системы, разработанной А.И. Тарасенком, которая «позволяет реализовывать подход фокусирования на ней как объекте внешнего управления», что обуславливает не только конкурентоспособность региона, но и позволяет по-новому подходить с точки зрения управления туристическо-рекреационным комплексом [2]. В сочетании с синтезом научных подходов исследователей в этой области, дестинация рассматривается как географический объект, как туристическая цель (объект туристических притяжений), как объект бизнеса и в нашем представлении как экономическая система, которая на выходе формирует совокупность социально-экономических эффектов, способствующих увеличению уровня жизни местного населения.

В ходе исследования нами установлено, что туристическая дестинация Оршанского региона, как географическое место, характеризуется пространством, в пределах которого располагаются туристические ресурсы. Преимуществом Оршанского района является наличие трансевропейского транспортно-коммуникационного коридора: Рига – Браслав – Полоцк – Орша – Могилев – Гомель – Киев – Кишинев – Бухарест. Развитый железнодорожный узел используется другими туроператорами в программах транзитных туристических перемещений. В 2019 г. начал работу аэродром «Орша», являющийся мультимодальным и рассчитан для международных полетов. Важным аспектом дестинации является доступность информации о наличии объектов туристического интереса, средств размещения, объектов питания и развлечений. Орша туристическая представлена сайтами: <https://www.booking.com/>, www.tripadvisor.ru, www.tourister.ru, belarus.by/ru/travel/top-guide-belarus, <https://34travel.me/gotobelarus/post/orsha> и др., где в режиме реального времени можно получить информацию для путешествующих.

В результате исследования всей системы элементов туристической дестинации Оршанского региона на рисунке нами предложена и обоснована модель, формирующая на выходе в процессе своего развития, социально-экономические эффекты в регионе.

В процессе исследования, выявлено, что туристическая дестинация Оршанского региона как экономическая система, является открытой (имеет вход и выход), обладает свойствами комплексности, системности и динамики. На входе система формируется с учетом факторов внешней макросреды. Услуги дестинации объединены комплексом обслуживания туриста, системность основывается на единой технологии обслуживания. Динамика проявляется в жизненном цикле и количестве повторных посещений.

Следует отметить, что и зарубежными исследователями Саайман М. и Саайман А., выявлено, что более дальние туристы совершают большее количество ночевков и остаются в пункте назначения дольше, чем туристы с приграничных территорий. Важным для дестинации является количество дней пребывания туриста в процессе поездки. Полностью разделяю мнение белорусского ученого, основоположника направления геоэкономика, А.И. Тарасенка, что для

стратегического планирования развития туристической дестинации важно определить: кто является потребителем – ближний или дальний рынок? Чем выше уровень обслуживания и комфорта мест туристических посещений, тем больше вероятность повторного приезда. Следовательно, увеличение продолжительности пребывания выгодно не только с экономической точки зрения, но и с точки зрения качества жизни туристов. Это означает, что маркетинговая стратегия дестинации должна поощрять групповые поездки, а не сосредотачиваться исключительно на полностью независимых поездках. По сравнению с экскурсантами, туристы присваивают более высокие баллы и уделяют значительное внимание условиям размещения, еде, напиткам, достопримечательностям. Причем туристы-женщины присваивают более высокие баллы еде, напиткам и достопримечательностям, чем туристы-мужчины [3].

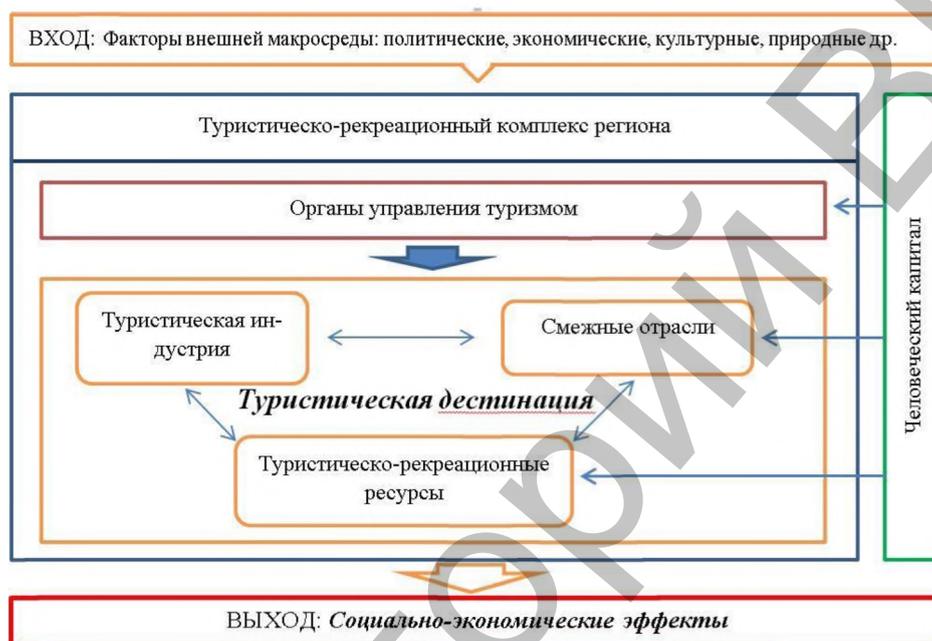


Рисунок – Туристическая дестинация, формирующая социально-экономические эффекты
 Источник: разработано автором на основании [2].

Вместе с тем, для развития региональной дестинации необходимо учитывать местные социально-экономические условия, тенденции и конъюнктуру рынка потребителя, выявить тот уникальный продукт или услугу, который является объектом притяжения туристов.

Заключение. Таким образом, дестинация, как экономическая система, предполагает расширение основных и дополнительных возможностей по оказанию разнообразных услуг для туристов, в различных сферах, учитывая деятельность смежных отраслей. Следовательно, предложенная модель учитывает, что дестинация должна рассматриваться как объект управления с точки зрения маркетингового подхода (предназначенная для определенного сегмента потребителей), экономического подхода (производство и потребление основных и дополнительных туристических продуктов) и психологического подхода (обладать спектром субъективных впечатлений) с использованием компетенций человеческого капитала, являющихся привлекательными для повторных туристических посещений. Только в данном случае регион может реализовать свой потенциал в полной мере и улучшить социально-экономические эффекты на выходе.

1. Янкевич, Е. М. Социально-экономические условия развития туризма в Оршанском районе / Е. М. Янкевич // Материалы международной научно-практической конференции «Стратегия развития экономики Беларуси: вызовы, инструменты реализации и перспективы», ГУ «Институт экономики НАН Беларуси», 3-4 декабря 2019, Минск. – С. 626-632.
2. Тарасенок, А. И. Оценка конкурентоспособности национальной туристической дестинации Республики Беларусь / А.И. Тарасенок // Белорус. экон. журн. – 2018. – № 2. – С. 139-151.
3. Саайман, М. Шоппинг-туризм или туристический шоппинг: тематическое исследование африканского туристического рынка Южной Африки. [Электронный ресурс] / М. Саайман, А. Саайман // Экономика туризма. – 2012. – № 18(6). – Режим доступа: <https://doi.org/10.5367/te.2012.0169>. – Дата доступа: 18.12.2020.