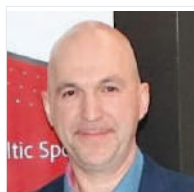
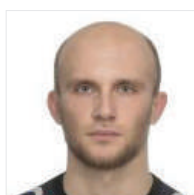


РАЗРАБОТКА ВЕЛОСИПЕДНЫХ МАРШРУТОВ ПО ТЕРРИТОРИИ МИНСКОЙ ОБЛАСТИ С УЧЕТОМ ТУРИСТИЧЕСКИХ ПРЕДПОЧТЕНИЙ НАСЕЛЕНИЯ

**Гататуллин А.Г.**

канд. истор. наук,
доцент,
Белорусский государственный
университет
физической культуры

**Семенов Е.С.**

Белорусский
государственный
университет
физической культуры

В работе представлены результаты социологического исследования, проведенного для обоснования теоретической модели социально и экономически востребованного туристического продукта. С учетом выявленных туристических предпочтений граждан разработаны маршруты и соответствующие GPS-треки велосипедных прогулок по окрестностям Минска, доступные для широкого сегмента потенциальных потребителей. Обсуждается возможность размещения GPS-треков на индивидуальных электронных гаджетах потребителей для организации групповых и индивидуальных самостоятельных туристских путешествий.

Ключевые слова: социологическое исследование; туризм; туристический продукт; туристические предпочтения; велосипедный туризм; туристический маршрут; GPS-трек.

DEVELOPMENT OF BICYCLE ROUTES ON THE TERRITORY OF MINSK REGION TAKING INTO ACCOUNT TOURIST PREFERENCES OF THE POPULATION

The results of a sociological study conducted to justify a theoretical model of a socially and economically demanded tourist product are presented in the article. Taking into account the revealed tourist preferences of citizens, routes and corresponding GPS tracks for cycling around the outskirts of Minsk city, accessible to a wide segment of potential consumers, have been developed. The possibility of placing GPS tracks on individual electronic gadgets of consumers for group and individual amateur tourist trips organization is discussed.

Keywords: sociological research; tourism; tourist product; tourist preferences; bicycle tourism; tourist route; GPS track.

■ Введение

Стабильная мировая экономика, растущий по численности средний класс в странах с динамично развивающейся экономикой, технологические успехи, внедрение новых бизнес-моделей в туристическую деятельность, возможность недорогих путешествий и упрощение визового режима привели к тому, что число международных туристских прибытий растет в течение последних пяти лет на 4–7 % в год (например, по данным статистического анализа ЮНВТО в 2019 г. рост туристских прибытий в мире составил 4 %, общее число прибытий – 1,5 миллиарда) [1]. В то же время наблюдаемый стремительный рост туризма, динамичное развитие туристической индустрии обуславливают острую необходимость в точном понимании концепта современного туризма, в эффективном управлении туристической деятельностью и обе-

спечении ее всесторонней безопасности. Приоритет следует отдавать развитию ответственных перед природой, человеком, обществом видов туризма (экологического, событийного, оздоровительного и др.), которые объединяются категорией «устойчивый туризм».

Основными современными тенденциями в развитии туризма являются: переход от массовых форм к индивидуальным, желание большинства туристов провести отдых с пользой для себя, получить яркие впечатления. Для потенциальных потребителей туристического продукта важной становится уникальность предоставляемых услуг, содержанием которых являются спортивные и рекреационно-спортивные соревнования, походы, культурные мероприятия, наблюдение редко повторяющихся природных явлений, представитель флоры и фауны; пребывание и активный отдых

в уникальных природных комплексах. При этом туристы стремятся быть активными участниками указанных мероприятий (хотят соревноваться, преодолевать маршруты с использованием мышечной силы, познавать новое для себя и пр.) [2–7].

Все вышесказанное делает особенно важным формирование и продвижение новых, в том числе инновационных, туристических продуктов, востребованных на современном рынке туристических услуг. Вместе с тем весьма актуальными представляются исследования туристических предпочтений населения отдельных регионов Беларуси, тщательная оценка регионального туристического потенциала и формирование «местных» конкурентоспособных туристических продуктов, отвечающих современным концепциям развития внутреннего и въездного туризма.

■ **Цель работы** – оценить потребность населения Минской области в туристических продуктах с активными способами передвижения и определить соответствующие туристические предпочтения; на основе полученных результатов социологических исследований разработать маршруты для развития регионального велосипедного туризма.

■ Методика исследований

Для определения наиболее востребованных форм, видов туризма и проектирования привлекательных для потенциальных потребителей туристических продуктов авторами была разработана программа социологического исследования «Мониторинг спортивно-туристических предпочтений населения Минской области» и проведен социологический опрос [8]. В выборочном социологическом опросе приняли участие 2028 респондентов – жителей Минской области, что приблизительно составляет 17 % взрослого населения региона (генеральной совокупности). Параметры выборки:

- гендерный состав – 32 % мужчин, 68 % женщин;
- место проживания – 45 % жителей районных центров, 37 % жителей малых городов, 11 % жителей поселков городского типа, 7 % жителей деревень;
- статусные различия – 4,5 % учащихся средних специальных учебных заведений, 7 % студентов учреждений высшего образования, 4 % сельских тружеников, 33,5 % представителей рабочих профессий, 27,5 % работников бюджетной сферы, 4 % предпринимателей, 15 % чиновников, 3,5 % временно неработающих, 1 % пенсионеров;
- возрастные градации – 13 % респондентов от 18 до 22 лет, 16,5 % – от 23 до 27 лет, 23,5 % – от 28 до 35 лет, 24,5 % – от 36 до 45 лет, 21,5 % – от 46 до 55 лет, 1 % – старше 55 лет.

Разновидность выборки – непропорциональная стратифицированная. Отбор в рамках каждого подмножества – простой случайный.

Маршруты туристических велосипедных прогулок разрабатывали с использованием практических рекомендаций, представленных в специальной литературе [9, 10]. Для разработки GPS-треков использовали программный продукт «AllTrails» [11].

■ Результаты исследования

Результаты социологического опроса показали следующее. Более половины респондентов (59,5 %) считают себя людьми в целом здоровыми, треть опрошенных (30,5 %) имеет хронические заболевания, приблизительно десятая часть (9,5 %) опрошенных на здоровье абсолютно не жалуется. Лишь незначительная часть респондентов (0,5 %) отметили, что имеют серьезные проблемы со здоровьем.

Распределение оценок респондентов собственного состояния здоровья сравнимо с их отношением к занятиям физической культурой и спортом. Относительно небольшие и практически равные доли опрошенных включают людей, которые занимаются физической культурой и спортом регулярно либо не приобщены к данной сфере в принципе (9,5 и 12,5 % соответственно). Около шестидесяти процентов респондентов (59,5 %) прибегают к физическим упражнениям время от времени; пятая часть (21 %) – обращается к активному времяпрепровождению только на отдыхе.

Треть респондентов путешествует постоянно, либо несколько раз в году; приблизительно такое же количество опрошенных совершают путешествия ежегодно; более сорока процентов – путешествуют крайне редко либо такого опыта не имеют в принципе (таблица 1).

Таблица 1. – Ответы респондентов на вопрос «Часто ли Вы путешествуете?» (один вариант ответа), %

Варианты ответов	Доля респондентов
Стараюсь делать это каждые выходные и праздничные дни	7,0
Могу позволить себе это только несколько раз в году	21,0
Путешествую раз в год во время отпуска	29,0
Путешествую крайне редко	36,5
Никогда не путешествую	6,5

В большей мере респондентов заинтересовали бы рекреационные туристические путешествия с очевидной познавательной целью (86,5 %). В частности, опрошенных привлекает посещение белорусских замков и усадеб (30,0 %), природных ком-

плексов не затронутых (слабо затронутых) хозяйственной деятельностью (28,5 %), уникальных музеев (10,0 %), религиозных и спортивных объектов (по 8,5 %), гастрономических объектов (7,5 %), промышленных предприятий (4,5 %), фольклорных объектов (2,0 %).

Опрашиваемые убеждены, что активный туризм, прежде всего, укрепляет здоровье, в серьезной мере влияет на улучшение фигуры и расширение социальных связей, оказывает благоприятное воздействие на психику путем смены обстановки, в определенной мере дает туристу возможность оценить собственные физические возможности. Респондентам важно получить от путешествия яркие впечатления и положительные эмоции; возможность транслировать условия путешествия, его уникальность и престижность через социальные сети. При этом туристические поездки практически никем не рассматриваются как средство устройства личной жизни (таблица 2).

Таблица 2. – Ответы респондентов на вопрос «На Ваш взгляд, что может дать занятие активным туризмом (определитесь по каждой позиции, оценив ее по 10-балльной шкале, 10 – высший балл, 1 – низший балл)»

Преимущества активного туризма*	Средний балл
Укрепление здоровья	9,5
Улучшение фигуры	8,5
Расширение круга друзей и знакомых	8,5
Приятная смена обстановки	7,2
Оценка собственных физических возможностей	6,2
Устройство личной жизни	2,0

Примечание – * Туризм, основанный на двигательной рекреации туристов.

Из «классических» видов активного рекреационного и спортивного туризма респондентов в большей мере привлекает пешеходный и велосипедный туризм. Далее, по мере убывания, они могли бы заняться лыжным, водным, горным туризмом и спелеотуризмом (таблица 3). Достаточно неожиданным, по нашему мнению, является предпочтение респондентами пешеходного туризма над водным, который весьма популярен среди населения Беларуси. По-видимому, значительная часть участников опроса полагает, что сплав по рекам требует специальной технической подготовки и снаряжения и доступен, скорее, в составе организованной группы под руководством инструктора (что в целом справедливо).

Важной, по мнению авторов, является полученная информация о том, что большая часть респондентов туристского снаряжения не имеет (64,5 %),

менее трети (27,5 %) опрошенных подобное снаряжение уже приобрели, малая часть опрошенных (8,0 %) не знает, что имеется в виду под самим термином «туристское снаряжение».

Участники опроса ожидаемо проявили интерес к потенциальному составу своей туристической группы. Многие (56,0 %) хотели бы отправиться в путешествие с друзьями, знакомыми, коллегами по работе, четверть опрошенных – только с близкими родственниками, десятая часть предпочла бы групповые туристические походы с незнакомыми людьми. Наименьшая часть респондентов предпочитает индивидуальные путешествия и приблизительно для такого же количества респондентов состав туристической группы принципиального значения не имеет (4,5 и 5,0 % соответственно).

Таблица 3. – Ответы респондентов на вопрос «Какие виды активного туризма Вас в большей мере привлекают (определитесь по каждой позиции, выбрав один из вариантов ответов – очень привлекает, в целом интересен, не привлекает)», %

Вид активного рекреационного (спортивного) туризма	Очень привлекает	В целом интересен	Не привлекает
Пешеходный – им можно заниматься в любом месте, передвижение по маршруту осуществляется без использования техники	47,0	47,0	6,0
Велосипедный – низкая цена транспортного средства и возможность аренды. Относительно низкий уровень физических нагрузок	39,0	44,0	17,0
Горный поход – сложный высокогорьем, требует выносливости, подготовки, сноровки	16,0	33,0	51,0
Водный – сплав по рекам, прогулки на байдарках и другой отдых на воде	22,5	31,5	46,0
Спелеотуризм – маршрут проходит в подземельях, пещерах, образованных природой	15,0	32,0	53,0
Лыжный – организация такого спортивного туризма возможна только в зимний период, когда есть снег	14,0	47,5	17,0

Основная масса опрошенных имеет либо только общее представление о туристических маршрутах по Минской области (59,5 %), либо подобным вопросом не владеет в принципе (28,5 %). Более половины респондентов (59,5 %) ощущают необходимость получать дополнительные знания по активному туризму (и спортивному туризму в частности), поскольку основную информацию

подобного плана они получают случайно из социальных сетей (53,5 %) либо посредством «сарфанного» радио (27,5 %) и осознают ее возможную недостоверность.

Количество денежных средств, которые готовы потратить респонденты на осуществление активного туристического путешествия, относительно невелико (таблица 4).

Таблица 4. – Ответы респондентов на вопрос «Какую сумму Вы готовы потратить за участие в туристическом походе в пределах Минской области?» (один вариант ответа), %

Варианты ответов	Доля респондентов
До 250 рублей	75,5
До 500 рублей	13,0
До 800 рублей	1,5
До 1000 рублей	1,0
До 1500 рублей	0
До 2000 рублей	0,5
Этот вопрос для меня не принципиален	8,5

Результаты социологического опроса потенциальных туристов – жителей Минской области позволяют заключить следующее:

- большинство респондентов положительно относятся к организации спортивных и активных рекреационных туристических мероприятий в непосредственной близости от места проживания;
- опрашиваемые понимают значимость активного туризма для оздоровления, поддержания хорошей физической формы и позитивного психологического самочувствия;
- в большей мере опрошенных привлекает бюджетный групповой отдых с близкими людьми либо с родственниками, с обязательной познавательной составляющей;
- наиболее востребованными видами активного туризма являются пешеходный и велосипедный туризм.

Полученные результаты социологических исследований позволили определить содержание и требования к выполнению второго этапа работы – разработке туристических маршрутов по территории Минской области. С учетом очевидной связи туристических предпочтений жителей Минской области с общественными и культурными ценностями (здоровым образом жизни, рекреацией, гедонизмом, личной пользой от путешествий (в том числе познанием нового для себя), экологической безопасностью), авторами были сформулированы ряд исследовательских задач:

- определить основные критерии (стандарты) качества для проектов туристических маршрутов с активными способами передвижения;

- разработать проекты «активных» туристических маршрутов по территории Минской области (создать базу маршрутов);

- обеспечить потенциальным пользователям доступность маршрутов (GPS-треков) для озн-комления, в том числе на индивидуальных электронных носителях (смартфоны, планшеты);

- в перспективе создать туристическую карту с нанесенными маршрутами (GPS-треками), которая будет передана в администрацию Минской области и размещена на электронной платформе, доступной для потенциальных потребителей.

Для разработки «активных» маршрутов был выбран велосипедный туризм. Он оказался вторым по популярности среди иных видов активного туризма по итогам социологического опроса; имеет сформировавшиеся исторические традиции в Республике Беларусь, причем в последнее десятилетие прослеживается очевидная тенденция к росту его популярности – планируется, что количество велосипедистов в Беларуси будет каждый год увеличиваться на 15–20 % [12]. Кроме того, мы учитывали, что велосипедный туризм требует значительного улучшения методического обеспечения (в частности, в доступных источниках нам не удалось найти системной базы веломаршрутов по территории Беларуси).

В качестве территории проектирования была выбрана 20-километровая зона вокруг г. Минска. Ограничение в 20 км обосновано одним из принятых нами обязательных требований – маршруты должны быть однодневными, доступными для широкого контингента пользователей с точки зрения их физической, технической подготовленности. При этом высокому качеству разработанных маршрутов способствуют ряд особенностей прилегающей к г. Минску территории: густая сеть дорог с разным покрытием, высокий культурно-исторический и природный потенциал; большой выбор мест старта и финиша активной части маршрута с хорошей доступностью для общественного транспорта (с учетом того, что не все маршруты начинаются и заканчиваются непосредственно в г. Минске).

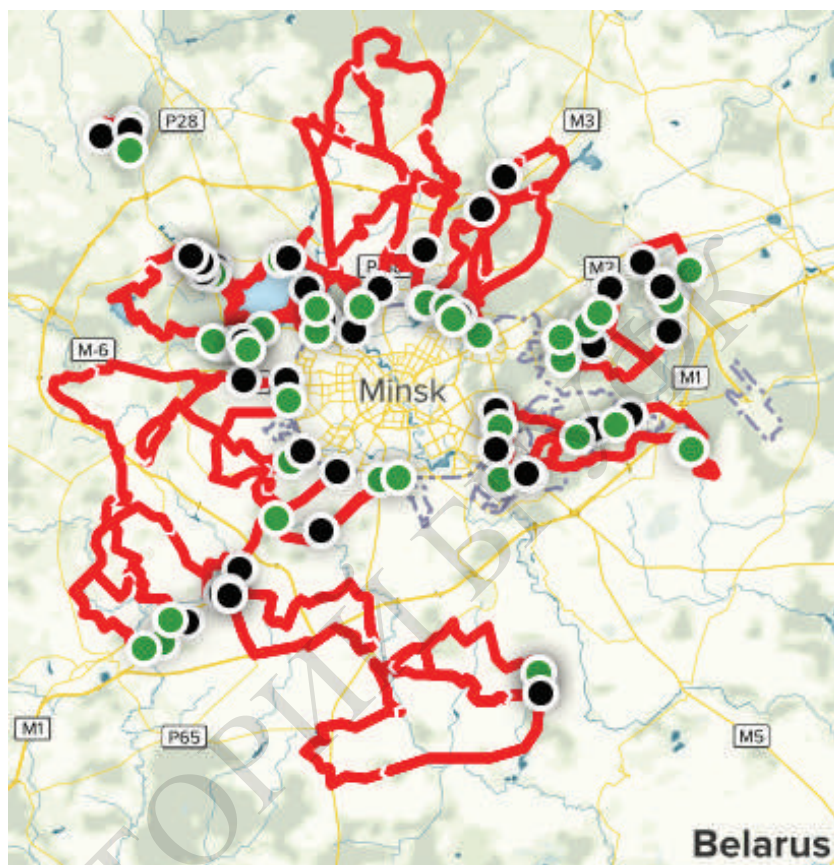
Первым шагом алгоритма разработки маршрутов велосипедных прогулок является оценка туристско-рекреационного потенциала исследуемой территории и определение целевых объектов посещения в соответствии с предпочтениями целевого сегмента участников активных путешествий (см. выше). К потенциальным целевым объектам культурно-исторического наследия относили памятники истории (здания, сооружения, памятные места, связанные с важнейшими историческими событиями, развитием культуры и быта народа, жизнью выдающихся людей); памятники

археологии (городища, курганы, остатки древних поселений и др.); объекты градостроительства и архитектуры (архитектурные ансамбли и комплексы, связанные с ними произведения монументального, изобразительного, декоративно-прикладного, садово-паркового искусства; культовые сооружения и др.); памятники искусства (произведения монументального, изобразительного, декоративно-прикладного и иных видов искусства). К целевым природным объектам посещения относили эстетически ценные компоненты природных (природно-антропогенных) ландшафтов (в том числе участки особо охраняемых природных территорий, уникальные и характерные природные комплексы, памятники природы, оборудованные экологические тропы и пр.).

Далее, следуя алгоритму проектирования, для маршрутов были установлены критерии качества (стандарты проектирования). Кроме наличия на маршруте, как минимум, одного целевого экскурсионного объекта посещения, такими стандартами являлись: общая протяженность маршрута (max) – 65 км; общая продолжительность прогулки – не более 1 ходового дня; продолжительность движения на велосипеде – не более 7 часов чистого ходового времени; предполагаемая скорость движения (min) – 10–15 км/ч; характер дорожного покрытия – преобладают дороги с твердым покрытием.

Указанные критерии качества маршрутов соответствовали характеристике целевого сегмента участников – туристы разного возраста, пола, с разным уровнем физической подготовленности и опытом езды на велосипеде (в том числе «новички» в велотуризме).

С учетом принятых критериев качества в итоге выполнения работы были разработаны 45 проектов маршрутов велосипедных прогулок и соответствующие GPS-треки, а также описания к ним. Большая часть маршрутов представлена на карте-схеме окрестностей Минска (рисунок 1).



зеленые кружки – пункты начала активной части велосипедных маршрутов; черные кружки – пункты финиша активной части маршрутов

Рисунок 1. – GPS-треки маршрутов велосипедных прогулок в окрестностях г. Минска (20-километровая зона)

В таблице 5 представлен пример характерного маршрута.

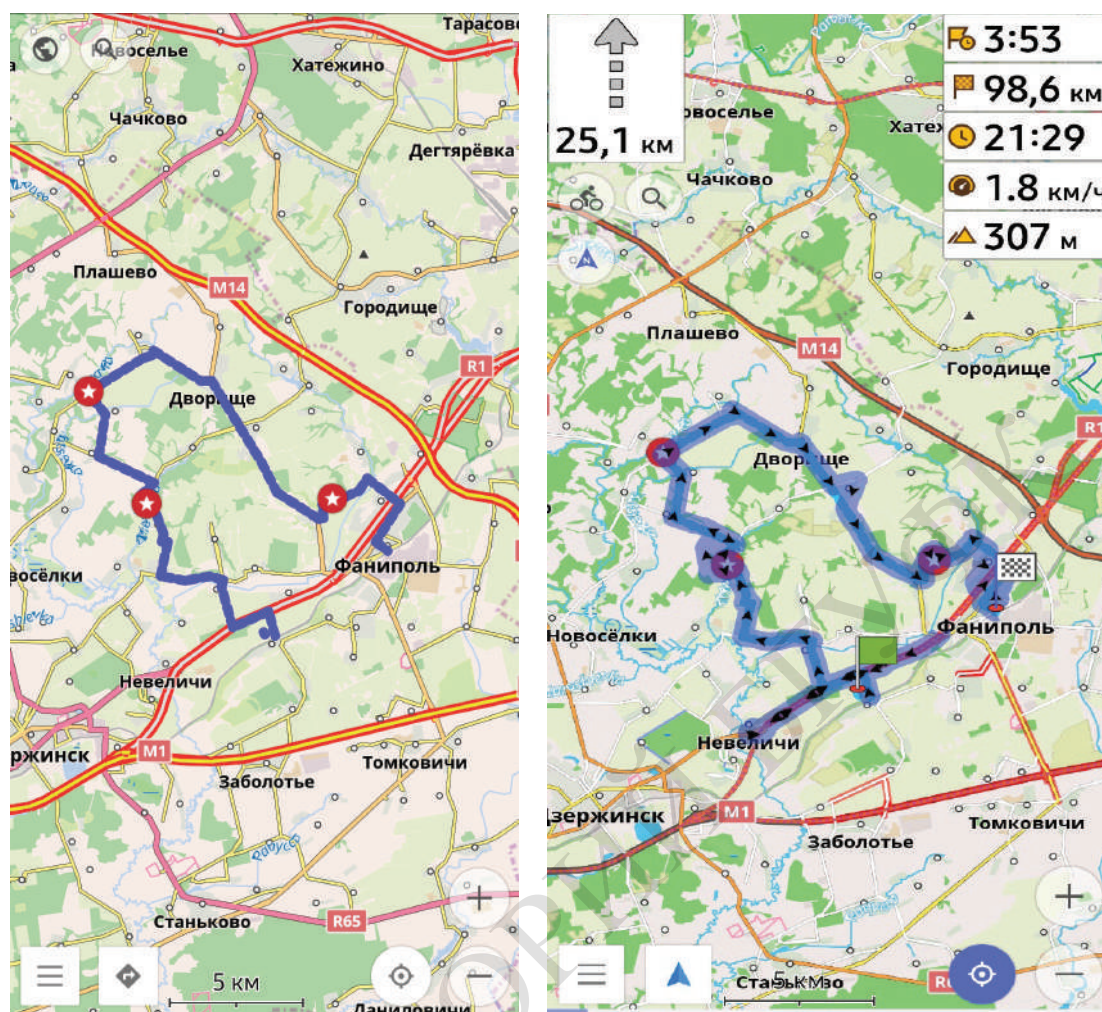
Таблица 5. – Общая характеристика маршрута велосипедной прогулки по территории Дзержинского района Минской области Республики Беларусь

Маршрут	Протяженность, км	Перепад высот, м	ЧХВ**, ч : мин
ж.-д. станция Бережа (Минский р-н) – д. Трявлово – Юцковский родник* – д. Витовка – родник Витовка – г. Фаниполь	30	177	3 : 00

Примечания:

* – Целевые объекты маршрута – природные. Юцковский родник является гидрологическим памятником республиканского значения; это пример уникального эстетически ценного природного комплекса (вода из родника течет вниз по склону холма, образуя на своем пути небольшие природные водопады, есть определенное сходство с горной рекой, текущей по дну ущелья) [13].

** – ЧХВ (чистое ходовое время) определили с учетом минимальной скорости движения 10 км/час (для туристов-новичков, семейных туристов).



Общий вид трека на экране смартфона (рисунок слева); вид трека в режиме навигации (при движении по маршруту) (рисунок справа). «Звездами» отмечены достопримечательности на маршруте
Рисунок 2. – Вид трека, загруженного через приложение OsmAnd, на экране смартфона

Маршруты (GPS-треки) велопогулок разрабатывались нами для самостоятельного, «бюджетного» туризма (предполагали, что потенциальные туристы самостоятельно подготовят свое путешествие; проедут предоставленный им маршрут и познакомятся с его достопримечательностями без инструктора-проводника (гида)). Для этого было необходимо сделать GPS-треки доступными для просмотра и точного движения по маршруту на смартфонах и планшетах. Для визуализации GPS-треков на электронных устройствах предложили использовать специальное приложение OsmAnd, которое доступно к бесплатной установке на гаджеты через программы «Play Market» и «App Store» [14]. С помощью приложения OsmAnd пользователи смогут загрузить разработанные треки на свои гаджеты из соответствующей базы данных, которая будет создана на специальном интернет-сайте. Пример изображения трека на экране смартфона представлен на рисунке 2 (ис-

пользован трек, характеристики которого даны в таблице 5).

Отметим, что после загрузки GPS-трека туристу надо активировать функцию «начало движения» и смартфон будет «вести» его по маршруту как обычный GPS-навигатор (туристу нет необходимости осваивать умения пользоваться картами и техническими приемами ориентирования на местности).

■ Выводы

Результаты социологического опроса потенциальных туристов – жителей Минской области свидетельствуют о том, что респонденты понимают значимость активного туризма как средства оздоровления, физической рекреации, познания нового для себя, а также источника ярких положительных эмоций.

В большей мере опрошенных привлекают бюджетные путешествия совместно с близкими людьми либо родственниками с обязательной познавательной составляющей. Формой организации

таких путешествий являются, в частности, туристические прогулки, походы выходного дня.

Наиболее предпочтительными для опрошенных видами активного рекреационного и спортивного туризма являются пешеходный и велосипедный туризм.

В итоге выполнения работы с учетом выявленных туристических потребностей были разработаны 45 проектов маршрутов велосипедных прогулок по окрестностям г. Минска. Проекты отвечали принятым стандартам качества. Формирование базы маршрутов будет способствовать дальнейшему росту популярности велосипедного туризма в Республике Беларусь.

Разработанные туристические продукты (GPS-треки) могут быть доступны для широкого круга потенциальных потребителей. Размещение GPS-треков на электронных носителях (например, с помощью приложения OsmAnd) позволит пользователям самостоятельно организовать и провести туристское путешествие с учетом выбора интересных целевых объектов посещения, различного уровня физической и технической подготовленности туристов.

■ ЛИТЕРАТУРА

1. Growth in international tourist arrivals continues to outpace the economy // UNWTO World Tourism Barometer. – 2020. – Vol. 18. – Issue 1. – 48 pp.
2. Butler, R. W. Tourism and resilience / R. W. Butler. – Wallingford (UK), 2017. – 230 pp.
3. Фролова, Е. В. Развитие туристической привлекательности российских территорий: современные тенденции и управленческие

практики / Е. В. Фролова, Е. Е. Кабанова // Отраслевая экономика. – 2016. – № 1 (43). – С. 153–169.

4. New Tourism in the 21st Century: Culture, the City, Nature and Spirituality / Edited by Rubén C. Lois-González, Xosé M. Santos-Solla and Pilar Taboada-de-Zuñiga. – Cambridge Scholars Publishing (UK), 2014. – P. 240.

5. Дусенко, С. В. Туризм: социальный анализ и региональные тенденции развития / С. В. Дусенко, Е. Г. Теличева. – Хабаровск: Тихоокеанский гос. ун-т, 2014. – 155 с.

6. Донских, С. В. Событийный туризм: учеб.-метод. пособие / С. В. Донских. – Минск: РИПО, 2014. – 112 с.

7. Getz, D. Event tourism: Definition, evolution, and research. Haskayne School of Business, University of Calgary / D. Getz // Tourism Management. – 2008. – № 29. – P. 403–428.

8. Гататуллин, А. Г. Спортивно-туристические предпочтения населения минской области: перспективы научного исследования / А. Г. Гататуллин, Е. А. Цымбалюк // Стратегия формирования здорового образа жизни населения средствами физической культуры и спорта: тенденции, традиции и инновации – 2019: материалы междунар. науч.-практ. конф., 17–18 октября 2019 г., г. Тюмень. – Тюмень: Ин-т физ. культуры ФГАОУ ВО «Тюменский государственный университет», 2019.

9. Велосипедный туризм / А. А. Булгаков [и др.]; под ред. А. А. Булгакова. – М.: Ключ, 2008. – 624 с.

10. Гуревич, И. Велосипед и путешествия / И. Гуревич, А. Вишневецкий, А. Рассукованый. – 2-е изд., доп. и перераб. – СПб., 2006. – 256 с.

11. AllTrails [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.alltrails.com/explore/map/new/?referrer=gpsies>. – Дата доступа: 10.02.2020.

12. Минское велосипедное общество. Достижения [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://bike.org.by/dostizheniya/>. – Дата доступа: 10.03.2020.

13. Юцковский родник [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://scezhki.by/minskaya-oblast/yuczkovskij-rodnik/>. – Дата доступа: 10.04.2020.

14. Мобильные офлайн-карты и навигация [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://osmand.net/ru/>. – Дата доступа: 10.04.2020.

30.03.2020