

МИНОБРНАУКИ РОССИИ
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего профессионального образования
«Тульский государственный университет»

Кафедра «Туризм и индустрия гостеприимства»



**ПРОБЛЕМЫ И ПЕРСПЕКТИВЫ
СОВРЕМЕННОГО ТУРИЗМА**

СБОРНИК РАБОТ

**ПО МАТЕРИАЛАМ ШЕСТОЙ МЕЖДУНАРОДНОЙ
ОЧНО-ЗАОЧНОЙ НАУЧНО-ПРАКТИЧЕСКОЙ
СТУДЕНЧЕСКОЙ КОНФЕРЕНЦИИ**

3 декабря 2014 г.

Тула, 2014

Проблемы и перспективы современного туризма: сборник работ по материалам Шестой международной очно-заочной научно-практической студенческой конференции (г. Тула, 3 декабря 2013 г.). Тула: 2014. 117 с.

ISBN 978-5-7679-3019-7

Данный сборник составлен по итогам Шестой международной очно-заочной научно-практической студенческой конференции, проводившейся на базе кафедры «Туризм и индустрия гостеприимства» ТулГУ 3 декабря 2014 года.

В материалах отражена тематика актуальных проблем развития туризма, спорта, гостиничного и ресторанного дела: развитие регионального туризма, инновационные технологии в туризме, туризм в малых городах, проблемы в гостиничном и ресторанном деле, развитие физической культуры и спорта в современных условиях. Статьи опубликованы в редакции авторов.

Печатается по решению библиотечно-издательского совета Тульского государственного университета

ISBN 978-5-7679-3019-7

© Авторы материалов, 2014
© Издательство ТулГУ, 2014

Содержание

Архипова Дарья, Планидин Евгений СПОРТИВНО-ОЗДОРОВИТЕЛЬНЫЙ ТУРИЗМ КАК МАССОВОЕ САМОДЕЯТЕЛЬНОЕ ДВИЖЕНИЕ	6
Атоян Софья РОЛЬ ПЕРСОНАЛА В ГОСТИНИЧНОМ БИЗНЕСЕ	8
Баранова Мария ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ МИНЕРАЛОГИЧЕСКОГО ТУРИЗМА В ПОЛЕВСКОМ ГОРОДСКОМ ОКРУГЕ	10
Бондаренко Михаил СОСТОЯНИЕ САНАТОРНО-КУРОРТНОГО ОЗДОРОВЛЕНИЯ В РОССИИ	13
Булатый Павел ИНДУСТРИЯ ТУРИЗМА В СИСТЕМЕ СОЦИАЛЬНОГО РЫНОЧНОГО ХОЗЯЙСТВА	14
Булатый Павел ИСТОРИКО-ГЕОГРАФИЧЕСКОЕ РАЙОНИРОВАНИЕ КАК ОСНОВА ДЛЯ ФОРМИРОВАНИЯ ТУРИСТИЧЕСКИХ РЕГИОНОВ	16
Бурлаку Мария ЭКОЛОГИЧЕСКОЕ ВОСПИТАНИЕ ЧЕРЕЗ ОРГАНИЗАЦИЮ ЭКСКУРСИОННОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ	18
Герасимович Марина НЕМАТЕРИАЛЬНОЕ КУЛЬТУРНОЕ НАСЛЕДИЕ РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ В ТУРИЗМЕ	20
Гундашвили Ксения, Писцова Анастасия О РОЛИ МАЛОГО ПО СЕЛЕНИЯ В СТРУКТУРЕ ТУРИСТСКО- РЕКРЕАЦИОННОЙ СИСТЕМЫ СВЕРДЛОВСКОЙ ОБЛАСТИ	22
Дворяткин Николай ФИЗИЧЕСКАЯ ПОДГОТОВКА СТУДЕНТОВ, ЗАНИМАЮЩИХСЯ В СЕКЦИИ НАСТОЛЬНОГО ТЕННИСА	24
Дранкевич Ольга КЛАСТЕРЫ АТТРАКТИВНОСТИ МАЛЫХ ГОРОДОВ БЕЛАРУСИ	26
Ермоленко Анжелика ПАРТИЗАНСКИЙ МАРКЕТИНГ В ТУРИЗМЕ	32
Жданов Егор СОСТОЯНИЕ И ПРОБЛЕМЫ РАЗВИТИЯ ТУРИСТСКОГО РЫНКА В КАРАЧАЕВО-ЧЕРКЕССИИ	34
Живаев Алексей «СИТИ-КВЕСТ» КАК КРЕАТИВНАЯ ФОРМА ОРГАНИЗАЦИИ ГОРОДСКОГО ТУРИЗМА	36
Зайнагутдинов Рамиль ОЦЕНКА ФИЗИЧЕСКОГО РАЗВИТИЯ ВЫПУСКНИКОВ ГОРОДСКИХ И СЕЛЬСКИХ ШКОЛ	38
Золотухина Дарья ИННОВАЦИОННЫЕ ТЕХНОЛОГИИ В ТУРИЗМЕ: «ОБЛАЧНЫЕ ТЕХНОЛОГИИ»	40
Кайлер Виктория ИССЛЕДОВАНИЕ ОТНОШЕНИЯ СТУДЕНТОВ ВУЗА К ЗАНЯТИЯМ ПО ФИЗИЧЕСКОМУ ВОСПИТАНИЮ	42
Какишева Акмарал ПРАВОВЫЕ ФАКТОРЫ РАЗВИТИЯ МЕДИЦИНСКОГО ТУРИЗМА В КАЗАХСТАНЕ	44

Карпова Екатерина НЕКОТОРЫЕ АСПЕКТЫ ОРГАНИЗАЦИИ КОСПЛЕЙ-ФЕСТИВАЛЕЙ	46
Кенжебеков Ернур АГРОТУРИЗМ КАК РАЗВИТИЕ СЕЛЬСКИХ ТЕРРИТОРИЙ АМОЛИНСКОЙ ОБЛАСТИ	48
Кириллова Анна РУИНЫ КАК ОБЪЕКТ ТУРИЗМА: РЫЦАРСКАЯ ГРЕЗА КОССОВСКОГО ДВОРЦА	50
Коровина Мария ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ РАЗВИТИЯ РЕСТОРАНОВ НАЦИОНАЛЬНОЙ КУХНИ В МАЛЫХ ГОРОДАХ	52
Котова Олеся НЕОБЫЧНЫЕ ГОСТИНИЦЫ МИРА	53
Куликов Владислав ВОЗМОЖНОСТИ ДЛЯ РАЗВИТИЯ ТУРИЗМА В УСТЬ-ДОНЕЦКОМ РАЙОНЕ	55
Лыпко Артём РАЗВИТИЕ ЛЕЧЕБНО-ОЗДОРОВИТЕЛЬНОГО ТУРИЗМА В РЕСПУБЛИКЕ БЕЛАРУСЬ	57
Макшакова Юлия ОСОБЕННОСТИ РАЗВИТИЯ МОЛОДЕЖНОГО ТУРИЗМА	59
Маркова Любовь ОСОБЕННОСТИ РАЗВИТИЯ ЭКОЛОГИЧЕСКОГО ТУРИЗМА В МАЛЫХ ГОРОДАХ (НА ПРИМЕРЕ РЕСПУБЛИКИ УДМУРТИИ)	61
Мартынова Мария ПРОБЛЕМЫ И ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ СОБЫТИЙНОГО ТУРИЗМА В РЕСПУБЛИКЕ БАШКОРТОСТАН	63
Марцулева Кристина, Дутляков Антон ТРАНСПОРТНОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ТУРИЗМА В ХАБАРОВСКОМ КРАЕ	65
Михалева Евгения ТЕНДЕНЦИИ РАЗВИТИЯ WELLNESS-ТУРИЗМА	67
Муканова Сабира ПОВЫШЕНИЕ ФИЗИЧЕСКОЙ ПОДГОТОВЛЕННОСТИ ДЕВУШЕК 17-19 ЛЕТ СРЕДСТВАМИ ОЗДОРОВИТЕЛЬНОЙ ГИМНАСТИКИ	69
Муравейко Валерия ТУРИСТИЧЕСКИЙ ПОТЕНЦИАЛ ЮЖНОЙ КОРЕИ	71
Наурзбекова Лаура ИННОВАЦИОННЫЕ ТЕХНОЛОГИИ РЫНКА КУРОРТНЫХ УСЛУГ КАЗАХСТАНА	74
Никитина Екатерина ПОХОД КАК ФОРМА ОСУЩЕСТВЛЕНИЯ КИНОТУРИЗМА	76
Одиненко Александр РОЛЬ ФИЗИЧЕСКОЙ КУЛЬТУРЫ И СПОРТА В ПОДГОТОВКЕ СПЕЦИАЛИСТОВ АГРОПРОМЫШЛЕННОГО КОМПЛЕКСА	78
Окенов Руслан ФИЗИЧЕСКАЯ ПОДГОТОВЛЕННОСТЬ ВЫПУСКНИКОВ СЕЛЬСКИХ И ГОРОДСКИХ ШКОЛ	80
Павлова Анастасия ВЫСТАВОЧНО-ЯРМАРОЧНОЕ МЕРОПРИЯТИЕ	82
Пахарь Виктор, Пахарь Елена РАЗВИТИЕ МОЛОДЁЖНОГО ТУРИЗМА С ПОМОЩЬЮ ТРАДИЦИЙ ОРЕНБУРГСКОГО КАЗАЧЕСТВА	84

Перевозчикова Юлия ЭКСКУРСИОННАЯ ПРОГРАММА НА ВЕЛОТАНДЕМАХ КАК ФОРМА СОЦИАЛИЗАЦИИ ЛЮДЕЙ С НАРУШЕНИЯМИ ЗРЕНИЯ	86
Пискунова Екатерина АКТУАЛИЗАЦИЯ СПОРТИВНО-ОЗДОРОВИТЕЛЬНОГО ТУРИЗМА СРЕДИ НАСЕЛЕНИЯ	87
Погоний Кристина АНАЛИЗ СТАНДАРТОВ ОБСЛУЖИВАНИЯ В «ТРИУМФ ОТЕЛЬ»	89
Погудина Анна СЕГМЕНТАЦИЯ ПОТРЕБИТЕЛЕЙ ТУРИСТИЧЕСКИХ УСЛУГ	91
Продан Мария РОЛЬ ПОЛИКУЛЬТУРНОСТИ В РАЗВИТИИ ТУРИЗМА В ХАКАСИИ	93
Рафиков Фаниль ВАЛЕОЛОГИЧЕСКОЕ ВОСПИТАНИЕ В УСЛОВИЯХ ВЫСШЕГО УЧЕБНОГО ЗАВЕДЕНИЯ	95
Русак Светлана ОСОБЕННОСТИ МЕНЕДЖМЕНТА СОБЫТИЙНОГО ТУРИЗМА	96
Сафарова Берта ПРОБЛЕМЫ ПРОДВИЖЕНИЯ РЕГИОНАЛЬНЫХ РОССИЙСКИХ ТУРИСТСКИХ ПРОДУКТОВ НА ВНУТРЕННЕМ И МИРОВОМ РЫНКАХ	98
Сенаторова Виктория МОНОПРОФИЛЬНЫЕ И МНОГОПРОФИЛЬНЫЕ ТУРОПЕРАТОРЫ: КРУИЗНЫЙ ТУРИЗМ В РОССИИ	100
Стекачева Наталья РАЗВИТИЕ БАЗОВЫХ ТУРИСТСКИХ НАВЫКОВ МЛАДШИХ ШКОЛЬНИКОВ	103
Тишковская Светлана К ВОПРОСУ ОБ ИСПОЛЬЗОВАНИИ ИНТЕРНЕТ-РЕСУРСОВ ДЛЯ РЕАЛИЗАЦИИ ТУРИСТСКИХ ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫХ ПРОГРАММ	104
Худякова Анастасия РАЗВИТИЕ ЭКОЛОГИЧЕСКОГО ТУРИЗМА В КАМЧАТСКОМ КРАЕ	106
Чеботарева Анна АНАЛИЗ ПЕРСПЕКТИВ РАЗВИТИЯ ТУРИЗМА В АДЫГЕЕ	108
Черных Олег РАЗВИТИЕ ТУРИЗМА В МАЛЫХ ГОРОДАХ (НА ПРИМЕРЕ Г. ЧАЙКОВСКИЙ, ПЕРМСКИЙ КРАЙ)	110
Чернышова Наталья ТУРИЗМ КАК ВАЖНЕЙШИЙ КОМПОНЕНТ РАЗВИТИЯ ТЕРРИТОРИЙ	112
Юганкина Екатерина РАЗРАБОТКА ПРОЕКТА САНАТОРНО-КУРОРТНОГО УЧРЕЖДЕНИЯ КАК ВИДА ОЗДОРОВИТЕЛЬНОГО ТУРИЗМА	114
Юцкевич Анастасия ТРАДИЦИИ И НАСЛЕДИЕ КАК ПЕРСПЕКТИВА РАЗВИТИЯ ТУРИЗМА	116

УДК 379.85

Архипова Дарья (РФ, Ростовский социально-экономический институт)

Планидин Евгений (РФ, Донской государственный технический университет)

Arhipova D., Russia, Rostov Social and Economic institute Planidin E., Russia, Don State Technical University

Научный руководитель: ст. преподаватель Саулина Е.В.

СПОРТИВНО-ОЗДОРОВИТЕЛЬНЫЙ ТУРИЗМ КАК МАССОВОЕ САМОДЕЯТЕЛЬНОЕ ДВИЖЕНИЕ SPORTS TOURISM AS MASS AMATEUR MOVEMENT

В мировой практике развития туризма самодеятельное туристское движение представляет собой уникальное общественное явление. Феноменом этого массового самодеятельного движения является то, что при минимальной поддержке государства, оно успешно может существовать в сложных экономических условиях сегодняшнего дня. Этому способствуют высокая доступность, в том числе и материальная, оздоровительных видов туризма для всех категорий и возрастных групп населения, а также пригодность большей части территории Российской Федерации для туристских мероприятий.

За последние 50 лет, создан огромный интеллектуальный потенциал, сформировавший в конечном итоге национальный вид спорта - спортивный туризм. До 1990 года спортивно-оздоровительный туризм, как общественное движение реализовывался через систему туристских клубов при Советах по туризму и экскурсиям. Число республиканских, краевых, областных, городских и районных клубов в 1989 году, который можно рассматривать как переломную точку, в РСФСР составляло более 700. На базе клубов сформировалось около 80 региональных федераций спортивного туризма. На предприятиях, в учреждениях и учебных заведениях на общественных началах работало более 30 тысяч туристских секций и комиссий. Были разработаны и действовали более 3 тысяч классифицированных спортивных и оздоровительных маршрутов. К 1989 году было классифицировано и внесено в общесоюзный перечень 5240 перевалов в высокогорных районах и около 1 тысячи пещер [1].

Туристский актив и его общественные организации смогли вовлечь в занятие туризмом 6,8 миллиона человек в год, и при этом проводить походы, слеты, и соревнования для 15,2 миллионов человек. Число участников спортивных походов, дающих право на присвоение спортивных разрядов и званий, составляло 136021 человек, а количество спортивных туристских групп - 14252.

Негативным в развитии спортивно-оздоровительного туризма является процесс вытеснения социальных и самодеятельных основ спортивного туризма коммерческими технологиями, что заметно влияет на внутренний дух движения. По состоянию на 2010 год ориентированный объем финансирования оздоровительно-рекреационного туризма из бюджетов всех уровней и других внебюджетных источников составляет не более 0,03 млрд. рублей, при этом для инвесторов, готовых вкладывать в спортивный туризм не созданы соответствующие условия. Если раньше спортивный туризм пользовался базой и

собственностью профсоюзов, то после ее приватизации административно-хозяйственным аппаратом туристских баз и гостиниц, он стал полностью отделен от какой-либо собственности, как в городе (клубы), так и природной среде (приюты, турлагеря, турбазы) [2].

За последние десять лет возросли цены на туристское снаряжение, средства передвижения самих туристов, а также услуги транспорта – все это в первую очередь повлияло на поток спортивного туризма, даже в такие известные, и традиционные районы как Карелия, Урал, Алтай, Саяны, Байкал.

В настоящее время происходит смена типа социально-культурного наследия человека, при котором овладение стилем жизнедеятельности не всегда органично переплетается с жизненным опытом и системой ценностей нескольких предыдущих поколений. Реформирование научно-технического прогресса идет быстрее реформирования развития в человеке потребности и возможности к самореализации творческого потенциала, направленности на саморазвитие как личности [3].

Туризм имеет также важное значение в социальной, культурной, образовательной и экономической областях жизни. Многообразие его форм дает возможность человеку выбрать наиболее подходящую для себя: удобное время, место, вид путешествия, транспорт.

Учитывая специфику и особенности самодеятельного туризма можно сделать общий вывод, что самодеятельный туризм – это наиболее современная технология продуцирования у человека здоровых духовных и физических качеств, а также познавательных и самосберегающих начал при минимальных затратах государства и самого человека, который выбрал туризм как средство оздоровительного характера [4].

Учитывая, что в настоящее время стратегической задачей государства, является воспитание подрастающего поколения, которое имеет низкий уровень здоровья, нравственные ориентиры, скатывается в бездуховную и криминальную среду города, а также принимая во внимание, что большинство населения подвержено стрессу, то государство и общественные институты должны востребовать спортивно-оздоровительный туризм, как одну из наиболее современных технологий продуцирования здорового человека.

Список использованных источников

1. Редченков Н.И. Спортивный туризм для каждого.- Тула: АСП, 2006.
2. www.turnet.ru
3. Мавропуло О.С. Переосмысление сущности физической культуры как ценности жизнедеятельности человека //Гуманитарные и социально-экономические науки. 2007, № 2.- С. 77.
4. Саулина Е.В., Планидин Е.С. Самодеятельный туризм как наиболее современная здоровьесберегающая технология. /Проблемы туризмоведения. Материалы межд. конф.- Ростов н/Д.: ЮФУ, 2014, С. 446.

УДК [338.488.2:640.41]-051

Атоян Софья (РФ, Тульский государственный университет)

Atoyán Sofya (Russian Federation, Tula State University)

Научный руководитель: доц. Малафий А.С.

РОЛЬ ПЕРСОНАЛА В ГОСТИНИЧНОМ БИЗНЕСЕ THE IMPORTANCE OF THE STAFF IN THE HOTEL BUSINESS

Современный гостиничный бизнес серьезно болен недостатком кадров. В особенности это касается специалистов среднего звена. В России, эта проблема ощущается с гипертрофированной остротой. При этом, проблема заключается не столько в том, что отрасль, в ее сегодняшнем виде достаточно молодая, а в том, что программы мотивации в гостиничных предприятиях, мягко говоря, неразвиты. И этот фактор остается наиболее слабым звеном в управлении отелем.

Учитывая то, что средний уровень доходов россиян начинает медленно, но верно подниматься, материальный фактор перестает быть определяющим в выборе работы. На этапе поиска, разумеется, он является одним из главенствующих, но после поступления на предприятие в роли сотрудника, внимание переключается на моральные и психологические аспекты. Как правило, человек рассчитывает на нематериальное поощрение ничуть ни в меньшей степени, нежели на финансовую компенсацию. Он желает развиваться, узнавать что-то новое, получать новый опыт и использовать его. Недаром, мировые гостиничные бренды, тратят колоссальное количество времени и денег именно на этот аспект рабочего процесса. Человеку, не занимающему высокую позицию на предприятии, наиболее важно признание и понимание его значимости в общей структуре гостиничного предприятия. Приведем несколько примеров нематериальной мотивации.

В индустрии гостеприимства, получившей бурное развитие в последнее время, ключевая роль отводится человеческому фактору. Особую роль в организации гостиницы играет персонал. Принято считать, что персонал гостиницы представляют внешний его облик, т.е. по профессиональности персонала и сервису можно судить насколько верную сумму вы заплатила за сутки. Если гостиница или отель имеют три и более звезд, они могут себе позволить нанять аниматоров, медицинский персонал, специалистов массажного салона, крупье и т.д., т.е. расширить круг предоставляемых услуг. Престижные гостиницы в числе своего персонала желают также видеть PR-менеджера и специалиста по связям с общественностью.

Безусловно, при выборе отеля или гостиницы туристы руководствуются массой критериев: удобством расположения, внешним видом гостиницы и ее номеров, количеством присвоенных ей звезд, техническим оснащением и т.д. Количество предоставляемых услуг играет роль, но чтобы клиент остался доволен своим пребыванием в гостинице, вернулся туда не раз и рекомендовал ее всем своим знакомым – необходимо обеспечить и должное качество этих услуг.

Именно поэтому персонал отеля является важнейшим фактором, влияющим на его успешность и прибыльность. Именно поэтому персонал должен не только обладать профессиональными знаниями и навыками, но и умением эти знания и

навыки преподнести, продемонстрировать. От того, как клиент будет встречен, проинформирован, обслужен, зависит его впечатление от гостиницы в целом. И здесь очень важны такие качества персонала, как доброжелательность, внимательность, вежливость и стрессоустойчивость, а также грамотная речь. В первую очередь, это относится к персоналу, непосредственно контактирующему с клиентами – к тем, кто занимается приемом и оформлением гостей, работает в ресторанной, консьержной службе и т.д.

Более того, персонал гостиницы должен выполнять свою работу так, чтобы клиент в следующий раз выбрал именно эту гостиницу. Поэтому для привлечения клиентов и появления постоянных клиентов важно все: отношение, внешний вид и готовность персонала выполнить любую просьбу клиента.

Обслуживание в гостинице – это система мероприятий, которые обеспечивают высокий уровень комфорта и удовлетворяют различные бытовые, хозяйственные и культурные потребности гостей. С каждым годом эти запросы и требования к услугам возрастают. При чем высокий уровень культуры и качества обслуживания гостей - тем выше имидж гостиницы, тем привлекательней он для клиентов, тем успешнее ее деятельность.

Роль персонала на предприятии гостиничной индустрии заключается в том, чтобы обеспечить коллективными усилиями работников всех служб гостиницы высокое качество обслуживания клиентов, постоянным и эффективным контролем со стороны администрации, проведением работ по усовершенствованию форм и методов обслуживания, изучение и передача передового опыта, расширение ассортимента и усовершенствование качества услуг.

Перед гостиничным предприятием стоит задача предоставления и поддержания качества обслуживания на должном уровне, своевременного устранения недостатков в предоставлении услуг, разработки стратегии улучшения обслуживания.

Но для того, чтобы сотрудники выполняли свои обязанности на высшем уровне, необходимо их стимулировать. В последнее время существует множество методов стимулирования персонала: экономический, организационно-административный, социально-психологический. Благодаря приведенным методам работники гостиницы будут работать усерднее и у них появится цель в работе. Разработка систем мотивации для персонала - творческий и многомерный процесс. Если говорить о нематериальной мотивации, можно «заиграться» и забыть о финансовой составляющей. И наоборот, экономическая мотивация должна быть оправдана и быть локомотивом для повышения удовлетворенности сотрудников, а не предметом зависти. Сделав уровень компенсации слишком высоким – Вы рискуете посеять в коллективе разброд и недовольство своей позицией тех, кому программа недоступна. Если же премиальные будут несущественными – программа работать не будет. Таким образом, прочувствовав баланс между всеми применяемыми мерами, есть шанс создать здоровый, работоспособный коллектив, ориентированный на профессиональную командную деятельность, что не может не принести плоды в дальнейшем.

В заключении стоит добавить, что именно от работы этих людей и от их отношения к этой работе зависит атмосфера в гостинице, впечатление от пребывания в ней. Без квалифицированного обслуживающего персонала гостиница не сможет приносить прибыль, даже если она находится в самом живописном месте мира. Гость останется недовольным, если его расположить в самом лучшем номере, но при этом плохо обслуживать.

Гостиница состоит из множества подразделений, которые обслуживают гостя. Каждая гостиница предъявляет свои требования к обслуживающему персоналу и разрабатывает собственную систему обучения.

УДК 796.51 + 553.042 (470.54)

Баранова Мария (РФ, Уральский государственный экономический университет)

Maria Baranova (Russian Federation? Ural State University of Economics)

Научный руководитель: к.э.н., доцент Чикурова Т.Ю.

ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ МИНЕРАЛОГИЧЕСКОГО ТУРИЗМА
В ПОЛЕВСКОМ ГОРОДСКОМ ОКРУГЕ
PROSPECTS FOR DEVELOPMENT OF MINERALOGICAL TOURISM
IN THE POLEVSKOI URBAN DISTRICT

С минералогическим туризмом связывают развитие туризма не только в мире, но и на Урале. Геологические музеи, месторождения самоцветов, золотые рудники, мастерские ювелиров и камнерезов, минералогические выставки интересны и туристам, и специалистам, и просто любителям необычного. В прошлом году Уральский геологический музей представил в благотворительный фонд «Синара» проект по разработке геолого – минералогических маршрутов в Свердловской области. По словам директора Уральского геологического музея Дмитрия Клеймёнова, данный проект – это лишь часть огромной исследовательской работы, которую ведёт Уральский горный университет.

Для исследовательской деятельности неслучайно были выбраны несколько месторождений в окрестностях Каменска – Уральского, Екатеринбурга и Полевского. По мнению специалистов Уральского геологического музея, именно эти районы Свердловской области наиболее богаты редкими минералами.

Что же до Полевского, то здесь вблизи деревни Кладовка на реке Бобровка впервые были найдены зелёные грана – демантоиды, больше известные местным жителям как хризолиты. Именно о них шла речь в рассказе Александра Куприна «Гранатовый браслет». Полевской городской округ обладает высоким туристским потенциалом. В первую очередь необходимо отметить Гумешевский рудник, ведь при правильной организации это интереснейшее место привлечет множество туристов. Гумешевский рудник является одним из старейших на Урале медных месторождений, его история начинается ещё в эпоху бронзы и продолжается в период раннего железного века. Малахит здесь основной минерал. Именно этим

малахитом отделаны залы Зимнего дворца (Эрмитажа) и Версальского дворца. В 2005 г. на базе Гумешевского месторождения в городе Полевском был запущен уникальный для России комплекс добычи меди методом подземного выщелачивания на ЗАО «Уралгидромедь». К сожалению, остальная часть Гумешевского месторождения находится в плачевном состоянии. На месте старых работ находится огромная впадина, образовавшаяся в результате оседания почвы над старыми подземными выработками, сейчас она заполнена водой. Местами здесь видны рвы, остатки шахтной крепи, отвалы глинистых и скальных пород. В доступной для осмотра северной части котловины ещё удаётся находить минералы и горные породы, характеризующие месторождение: хризоколлу, куприт, азурит, кремнистые натёки, жильный кварц и мрамор с корочками малахита. Наиболее удачливому туристу-кладоискателю может попасться самородное серебро и гранат альмандин.

Вторым по значимости местом можно назвать деревню Косой Брод, хорошо известную как один из бывших центров добычи золота на Урале. В близлежащих карьерах без труда можно отыскать благородный тальк, магнезит, гематит и прозрачный желтый апатит. В шлихах на речке много красивого граната, можно увидеть золото. На заседании наблюдательного совета оргкомитета чемпионата мира по футболу в 2018 году губернатор Свердловской области Евгений Куйвашев предложил президенту Владимиру Путину уральское золото для изготовления медалей для чемпионата. Скорее всего это золото будет родом из города Березовский, но полевичане уверены, что если бы добыча золота в Косом Броду не была остановлена, мы могли бы бросить вызов.

Полевским юным туристам (школьникам) предстоит самостоятельно познакомиться с геолого-минералогическими маршрутами и, конечно же, пройти по ним. Уже в ближайшее время на всех месторождениях, указанных в путеводителе будут установлены специальные стенды [6].

Самоцветные россыпи Урала является уникальностью региона для развития минералогического туризма, поскольку здесь найдено первое российское золото и множество минералов и камней. Уральские горы всегда были величественны и загадочны.

Большинство туристов, посещающих Урал, интересуются красотой местных самоцветов и минералов, поэтому и возникла идея создания нового туристического маршрута. Министерство экономики Свердловской области сумело оценить преимущества нового проекта и оказало поддержку. Урал считается кладовой драгоценных камней и металлов, здесь берут начало многие народные промыслы и ювелирные производства [1].

Благодаря развитию минералогического туризма, творческие люди смогут найти достойное применение своим талантам. Это принесет удовлетворение человеку и пользу обществу.

Туроператоры Свердловской области разработали новый туристический маршрут индустриально-минералогической направленности по восьми городам региона, в котором будет задействовано более 150 объектов туризма. Название нового туристического маршрута «Самоцветное кольцо Урала». Комплексный

туристский маршрут проходит по территории 12 муниципальных образований Свердловской области, в том числе и по Полевскому городскому округу [4].

Разработка туристического маршрута «Самоцветное кольцо Урала» позволит увеличить туристский поток. Это могут быть туры выходного дня для жителей соседних регионов, туры для учащихся, деловые туры, а также туры для иностранных граждан. Сложное социально-экономическое положение в некоторых муниципальных районах способно измениться в лучшую сторону, если будет наиболее полно и рационально использован их собственный ресурсный потенциал. Для этого необходимо создать условия, способствующие благоустройству территории. Туризм способен сыграть в этом процессе решающую роль.

Как отмечает В.В. Славин, конкретные меры для обеспечения муниципального образования саморазвитием за счет активизации сферы туризма и сопутствующей индустрии состоят в следующем:

1. снятие административных барьеров в развитии предпринимательства;
2. развитие сферы услуг для предпринимательского сектора;
3. увеличение инвестиции в сферу туризма, развлечений [3].

Превращение туризма в один из ведущих секторов экономики на основе природно-рекреационных ресурсов, создание и развитие вспомогательной индустрии сувенирной продукции может быть для некоторых муниципалитетов решением социальных проблем.

Резюмируя можно отметить, что привлечение инвестиций в создание туристского продукта муниципальному образованию позволит более эффективно использовать уникальные земельные участки, объекты туристского показа. Минералогический туризм имеет большие перспективы, так как самоцветы – это богатство региона, которое отличает край от других. Урал по праву считается перспективным регионом для развития внутреннего и международного минералогического туризма.

Список использованных источников

1. Ворощук Д.В. Геолого-минералогический туризм как основа для продвижения Свердловской области (и Уральского региона в целом) на международном и российском туристическом рынке // Сайт Отдела туризма «Уральские экспедиции» [Электронный ресурс]. – Режим доступа: URL: <http://welcome-ural.ru/add/785/> (дата обращения 18.09.2014)
2. Славин В.В. Туризм как фактор развития муниципального образования // Муниципалитет: экономика и управление № 2 (3) – сентябрь 2012.
3. Самоцветное кольцо [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://gotoural.com/posts/171>
4. Хорошева А. Свердловская область предложит рынку минералогический туризм [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.trn-news.ru/news/2534> (дата обращения 18.09.2014)
5. Усынина Т., Просеков Е. «Новости нашего города» [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.tv5polevskoi.ru/>

УДК 338.48

Бондаренко Михаил (РФ, Донской государственный технический университет)

Bondarenko Michel (Russian Federation, Don State Technical University)

Научный руководитель: к.г.н., доцент Карабанова И.В.

СОСТОЯНИЕ САНАТОРНО-КУРОРТНОГО ОЗДОРОВЛЕНИЯ В РОССИИ STATE OF SANATORIUM-AND-SPA SANITATION IN RUSSIA

В настоящее время в санаторно-курортной отрасли, основу которой составляет курортная медицина (профилактическая и реабилитационно-восстановительная помощь), предусматривается реорганизация стационарной помощи, сокращение длительности госпитального этапа, введения до 45% мест на восстановительное лечение. В санаторно-курортном оздоровлении в России нуждаются 60% взрослых и 40% детей. При определении потребности населения в санаторно-курортном оздоровлении учитываются закономерности распространения заболеваемости в различных регионах страны.

Согласно результатам исследования, потребности населения во всех видах санаторной помощи и отдыха, проведенного специалистами-курортологами, в теплый период времени на 1000 человек требуется 60 мест в здравницах, в том числе в домах отдыха и пансионатах – 14,5 мест, турбазах – 3,5 места на 1000 человек. Проведенный опрос показал, что 27,1% населения желают лечиться в санаториях, 11,4% - в домах отдыха и пансионата, 19,1% - отдыхать в туристических учреждениях.

Кроме того, установлено, что в санаторно-курортном этапе лечения нуждается 85,6% больных, из них 31,1% - в санаториях, 28,5% - на амбулаторно-поликлиническом этапе, 25,5% - местных санаториях, 14,9% больных нуждаются в санаторном этапе реабилитации. Из 25,5% - больных, нуждающихся в лечении в местных санаториях, 34,1% - пациенты с заболеваниями сердечно-сосудистой системы, 35,9% - с заболеваниями опорно-двигательного аппарата, 46,8% - обмена веществ, 56% - нервной системы[1].

По другим данным, наибольшая потребность в курортной реабилитации отмечается в группе лиц с заболеваниями органов кровообращения, заболеваниями органов дыхания, пищеварения, нервной системы, органов движения, последствиями различных травм.

У нуждающихся в курортном оздоровлении людей с нарушениями органов кровообращения доминируют гипертоническая болезнь, ИБС, атеросклероз коронарных и церебральных сосудов, пороки сердца, с заболеваниями органов дыхания – бронхиты, бронхиальная астма; с заболеваниями органов пищеварения (особенно у мужчин) – язвенная болезнь двенадцатиперстной кишки, желудка, заболевания печени и желчевыводящей системы; с заболеваниями органов движения – полиартриты, деформирующие остеоартрозы.

В последнее время на курортах увеличилось число отдыхающих с различными проявлениями неврозов и неврастенний (от 73 до 83% взрослых отдыхающих на Сочинском курорте, 100% - в профессиональных группах руководителей, банкиров, бизнесменов). Изменения нервно-психического статуса

отмечаются у отдыхающих из зон экологического неблагополучия, а также у лиц, чьи профессии связаны с нарушением режима питания труда и отдыха (у военнослужащих, работающих по вахтовому методу, служащих внутренних войск и др.). У детей и подростков наиболее частым заболеванием является поражение верхних дыхательных путей и придаточных пазух носа (гайморит, синусит). Сердечно-сосудистые заболевания в этой группе встречаются в 5 раз реже, гипертония – 25 раз, стенокардия – в 100 раз меньше, чем у взрослых [2].

Таким образом, потребность населения в курортном оздоровлении и лечении зависит не только от возрастных особенностей, но и от уровня социально-экономического развития регионов, географических и экологических условий жизни.

Список использованных источников

1. Ветитнев А.М., Журавлева Л.Б. Курортное дело: Учебное пособие. – М.:КРОНУС, 2006 г.
2. Ветитнев А.М. Современная концепция маркетинга санаторно-курортных услуг. // Менеджер здравоохранения. 2012, № 3

УДК 338.486:711.2

Булатый Павел (Республика Беларусь, Белорусский государственный университет физической культуры, Институт туризма)

Pavel Bulaty (Republic of Belarus, Belarusian State University of Physical Culture, Institute of Tourism)

Научный руководитель: к.п.н., доцент Филипович И.В.

ИНДУСТРИЯ ТУРИЗМА В СИСТЕМЕ СОЦИАЛЬНОГО РЫНОЧНОГО ХОЗЯЙСТВА TOURISM INDUSTRY IN THE SOCIAL MARKET ECONOMY

Социальное рыночное хозяйство Федеративной Республики Германии по праву считается одной из наиболее успешных моделей развития экономики в период второй половины XX века, которая не потеряла своей привлекательности и в наши дни. В данной модели в органическом единстве удалось совместить принципы социальной справедливости и эффективный конкурентный рынок с благоприятным предпринимательским климатом [1].

Теоретической основой ордолиберализма послужили работы различных германских ученых, а в частности Вальтера Ойкена, которым были выделены следующие основополагающие принципы социального рынка: препятствие искажению рыночных процессов посредством стабильной денежной политики; не подверженная государственному влиянию структура рыночных цен; доступность и открытость рынков; частная собственность (основа индивидуальной свободы и координации рынков); свобода заключения договоров; полная ответственность экономических агентов за принимаемые ими экономические решения;

стабильность экономической политики; препятствие образованию монополий; ликвидация негативных социальных последствий функционирования рынка [1].

Реализуя данные принципы практически, в современной Германии сложилась мощная экономическая система, где основой является малый и средний бизнес, на долю которого приходится свыше 70% работающих жителей страны и 46,7% ВВП [2]. Развитию малого и среднего бизнеса содействует проводимая в государстве экономическая политика, основанная на идеях ордолиберализма [3].

Значительное место среди предприятий малого и среднего бизнеса Германии занимают предприятия индустрии туризма. Обусловлено это тем, что туризм – мощнейшая индустрия, доля которой в мировой торговле услугами составляет более 30%. Германия входит в число самых популярных туристических направлений Европы. Туризм в Германии обеспечивает 8% ВВП. По мнению специалистов, преимуществами Германии является её удобное расположение в центральной части Европы, большое количество привлекательных объектов, а также чётко выстроенная и грамотно проводимая экономическая политика.

Так обстоят дела в Германии. Рассмотрим положение в Республике Беларусь, экономическая модель которой позиционируется как социально ориентированная. По мнению многих исследователей [1], хозяйственный порядок современной Беларуси характеризуется отсутствием эффективных механизмов взаимодействия и разграничения функций между бизнесом, государством и гражданским обществом и коренным образом отличается от немецкой модели социального рынка. Ввиду этого в Республике Беларусь не реализуются обозначенные В. Ойкенем принципы ордолиберализма либо же реализуются в меньшей степени.

Как следствие, на основании статистических и аналитических данных наблюдаются проблемы малого и среднего бизнеса, с которыми сталкиваются в своей деятельности представители предпринимательства в Республике Беларусь. Однако, несмотря на внешние препятствия, процессы по увеличению доли малого и среднего бизнеса в Беларуси осуществляются, что подтверждает, к примеру, динамика роста доли в структуре белорусского ВВП сферы услуг [1].

Ввиду этого, в будущем, при изменении правящего режима и проведении экономических реформ по примеру Германии у Республики Беларусь имеются все шансы для построения хозяйственной системы, где немаловажную роль будут играть предприятия малого и среднего бизнеса.

Значительную роль в экономической жизни страны будут играть предприятия индустрии туризма, ведь Республика Беларусь обладает большим туристическим потенциалом. Уже сегодня на развитие туризма в стране направлена реализация целого ряда программ.

В развитии туристической индустрии рассматриваются следующие направления малого бизнеса. Индустрия размещения является основной, т.к. от уровня её развития зависит то, на сколько дней задержится турист. Не менее значимой, чем размещение, является индустрия питания. В настоящее время транспорт является одним из самых важных компонентов индустрии туризма,

который обеспечивает нормальное функционирование индустрии, повышение эффективности производства. В европейских странах, где отрасль находится на высоком уровне развития, все эти предприятия индустрии находятся в собственности представителей малого бизнеса.

Таким образом, развитие индустрии туризма в Республике Беларусь может служить толчком развития всего сектора малого и среднего предпринимательства, которое является основой успешного функционирования модели социальной рыночной экономики.

Список использованных источников

1. Поплыко, В. Принципы социального рыночного хозяйства и перспективы их внедрения в Беларуси [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://era-oikonomos.org/printsipyi-sotsialnogo-ryinochnogo-hozyaystva-i-perspektivy-ih-vnedreniya-v-belarusi/> – Дата доступа: 26.09.2014.
2. Новости и аналитика о Германии [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.dw.de/> – Дата доступа: 26.09.2014.
3. Брюммер, Клаус Система поддержки предприятий малого и среднего бизнеса в Германии [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://vasilieva.narod.ru/ptpu/> – Дата доступа: 26.09.2014.

УДК 338.486:711.2

Булатый Павел (Республика Беларусь, Белорусский государственный университет физической культуры, Институт туризма)

Pavel Bulaty (Republic of Belarus, Belarusian State University of Physical Education, Institute of Tourism)

Научный руководитель: к.п.н., доцент Филипович И.В.

ИСТОРИКО-ГЕОГРАФИЧЕСКОЕ РАЙОНИРОВАНИЕ КАК ОСНОВА ДЛЯ ФОРМИРОВАНИЯ ТУРИСТИЧЕСКИХ РЕГИОНОВ HISTORICAL AND GEOGRAPHICAL REGIONALIZATION AS A BASIS FOR THE FORMATION TOURIST REGION

В современном мире туризм является мощнейшей индустрией, которая, являясь одним из главных секторов экономики во многих странах, приносит значительный доход. Его доля в мировой торговле услугами составляет более 30% [1].

В условиях становления туризма в системе рыночных отношений большое значение приобретает региональный туризм. В настоящее время основная туристическая деятельность осуществляется именно в регионах, которые имеют присущие им ресурсы, особенности их размещения, национальные и исторические черты, специализацию. Поэтому представления зарубежных туристов о стране складываются из глубоких и всесторонних знаний всех ее регионов.

ЮНВТО определяет туристический регион, как территорию, обладающую определенными признаками аттрактивности и обеспеченную туристической инфраструктурой и системой организации туризма, при соблюдении общегеографических принципов районирования: объективность, многоаспектность, иерархичность и конструктивность [2].

С понятием туристический регион в Беларуси тесно переплетается термин туристическая зона. В нашей стране, в большинстве своём, основой туристического районирования является рекреационное районирование, то есть деление территории на отдельные таксономические единицы, отличающиеся туристической специализацией, структурой рекреационных ресурсов и направлению их освоения. За основу в формировании туристических регионов взяты отдельные природные ландшафты, которые используются, в рекреационно-оздоровительном туризме. За редким исключением белорусские туристические зоны сформированы по совокупности культурно-исторических особенностей, а зоны, основанные на сочетании природного и культурного потенциала, отсутствуют вообще.

Безусловно, обладая значительными природными ресурсами, обозначенное районирование способствует развитию туристической отрасли. Однако, не следует забывать о том, что туристический регион – это интегрирование как ресурсов рекреационных, так и ресурсов познавательного туризма, при условии грамотного и комплексного их продвижения. Ввиду этого, на наш взгляд, оптимальным методом туристического районирования является использование административных границ, которые применялись во времена существования Великого княжества Литовского. Преимущество данного подхода заключается в следующем: во-первых, возврат к историческим корням; во-вторых, данный период самый продолжительный, когда территория входила в состав единой административной единицы; в-третьих, предыдущий фактор обусловил этнокультурную общность в границах региона; в-четвёртых, равномерное распределение рекреационных и культурно-исторических ресурсов.

Рассмотрим процесс становления административных единиц в составе Великого княжества Литовского. Становления Великого княжества Литовского как суверенного государства началось в конце XII века с объединения литовских княжеств под единой властью, и продолжалось в XIII-XIV веках. В XII-XIII веках территория Великого княжества Литовского делилась на две части: центральную (главную), земли граничащие (прислушивающиеся). В начале XV века в Великом княжестве Литовском были введены новые административно-территориальные единицы – воеводства. Впоследствии входившие в их состав волости были объединены в более крупные административно-территориальные образования – поветы. Окончательное оформление административно-территориального деления княжества оформилось во время территориальной реформы 1565-1566 годов, в результате которой утвердилось следующие административное деление государства: Берестейское (Брестское) (Берестейский и Пинский поветы); Виленское (Браславский, Виленский, Лидский, Ошмянский и Вилькомирский поветы); Витебское (Витебский и Оршанский поветы); Менское (Минское) (Менский, Речицкий и с 1569 года Мозырский поветы); Мстиславльское (без

поветов); Новгородское (Новогрудское) (Волковысский, Новгородский, Слонимский поветы); Полоцкое (без поветов); Трокское (Трокский, Упитский, Гродненский и Ковенский поветы). Такое административно-территориальное деление было закреплено Статутом Великого княжества Литовского 1588 года и просуществовало до конца XVIII века [3].

Таким образом, для формирования современных туристических регионов оптимально использовать историческое районирование, основанное на границах административных единиц, которые существовали наиболее длительный период времени, что обуславливает формирование уникальных региональных особенностей, что является основой популярного туристического продукта.

Список использованных источников

1. Официальный сайт Всемирной туристической организации (UNWTO) [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www2.unwto.org/ru> – Дата доступа: 23.11.2013.
2. Бессонова, В.Б. Туризм и культурное наследие / В.Б. Бессонова // Межвузовский сб. науч. тр. – М.: 2006. – Вып. 3.
3. Тэрыторыя, адміністрацыйны падзел. Вялікае княства Літоўскае: Энцыклапедыя ў 2 тамах. Т.1. – Мінск, 2005.

УДК 379.851:574.2

Бурлаку Мария (РФ, Хакасский государственный университет им. Н.Ф. Катанова)
Maria Burlaku (Russian Federation, Khakassia State University)
Научный руководитель: к.и.н., доцент Моруденко Ю.И.

ЭКОЛОГИЧЕСКОЕ ВОСПИТАНИЕ ЧЕРЕЗ ОРГАНИЗАЦИЮ ЭКСКУРСИОННОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

ENVIRONMENTAL EDUCATION THROUGH THE ACTIVITIES TOUR

В начале XXI века взаимосвязь природы и общества настолько возросла, что любое социальное явление необходимо рассматривать с точки зрения позитивного или негативного воздействия человека на природные условия. В связи с этим, экологическую культуру необходимо рассматривать как уровень восприятия человеком природы, оценку своего положения в мире, отношение его к живой природе [1, с. 65]. Экологическая культура – это часть общечеловеческой культуры, система социальных отношений, общественных и индивидуальных морально-этических норм, взглядов, установок и ценностей, касающихся взаимоотношения человека и природы [2, с. 10].

В настоящее время экологическое образование и воспитание экологической культуры подрастающего поколения становится одной из главных задач, стоящих перед обществом. Чтобы избежать неблагоприятного влияния на экологию, чтобы не делать экологических ошибок, не создавать ситуаций, опасных для здоровья и

жизни, современный человек должен обладать элементарными экологическими знаниями и новым экологическим типом мышления [4, с. 35].

Экологическое образование и воспитание позволяют прививать общечеловеческие ценности гуманистического характера: понимание жизни как высшей ценности; человек как ценность всего смысла познания; универсальные ценности природы; ответственность человека за судьбу биосферы, природы Земли [3, с.15].

Привитие учащимся экологической культуры осуществляется в процессе усвоения знаний, умений и навыков, в большинстве случаев, только на уроках в школе, что является недостаточным. Необходимо знакомить детей с экологической культурой и во внеурочное время, посещая различные заповедники, эколого-экскурсионные комплексы, визит – центры. Экскурсии развивают у учащихся интерес и любовь к природе, к ее охране и преобразованию, увлекает перспективами природоохранной деятельности. Также, она формирует познавательное и эстетическое отношение к окружающей природной среде, обучает правильному поведению деятельности в природе. Воспитать доброго и отзывчивого человека можно только через общение с природой.

Большое разнообразие природных условий и богатый животный и растительный мир Республики Хакасия позволили организовать на территории региона государственный природный заповедник, 3 зоологических и 2 орнитологических заказника, а также эколого-просветительский комплекс заповедника «Хакасский».

В городе Абаза в 2012 году был открыт эколого-просветительский комплекс заповедника «Хакасский». Данный комплекс был создан с целью экологического просвещения, которое вместе с развитием познавательного туризма является одним из приоритетных направлений в работе заповедника «Хакасский». Также при комплексе функционирует визит-центр. Комплекс представляет собой ландшафтную экспозицию под открытым небом. По территории комплекса проходит эколого-экскурсионная тропа «Таежная грамота». Музей сибирских промыслов» эколого-просветительского комплекса размещен в стилизованной избе охотника.

По своему назначению тропа «Таежная грамота» является учебно-экологической. Цель создания тропы – содействие формированию экологической культуры школьников, туристов, местного населения. Задачами тропы являются информирование населения и туристов о деятельности заповедника «Хакасский» и заказника «Позарым»; привлечение внимания к экологическим проблемам местности (лесные пожары, браконьерство и др.); ознакомление с традиционными формами природопользования и отношения к природе народов, исторически проживавших на этой территории [5].

Наиболее частыми посетителями экологической тропы являются школьники; учащиеся ПТУ; воспитанники детских садов города Абаза; местное население; иностранные туристы. Для школьников в данном комплексе проводятся обзорные экскурсии; квест-игры; экологические игры; уроки под

открытым небом. Также при открытии комплекса была проведена природоохранная акция для детей.

Таким образом, одной из важнейших задач визит-центра эколого-просветительского комплекса для посетителей является организация деятельности по экологическому просвещению школьников, что связано со спецификой ООПТ как природоохранного, научно-исследовательского и эколого-просветительского учреждения. Все это призвано содействовать воспитанию чувства ответственности и патриотизма, повышению общего культурного уровня школьников и уровня их экологической культуры.

Список использованных источников

1. Астарханова, Н.Р. Формирование у школьников ответственного отношения к природе [Текст]: Учебное пособие/Н. Р. Астарханова. – М.: Логос, 2007. – 235 с.
2. Гирусов, Э.В. Экология и культура [Текст]: Учебное пособие/Э.В.Гирусов. – М.: Издательский центр «Академия», 2009. – 195с.
3. Дежникова, Н.С. Экологическое образование школьников// Биология в школе. – 2009. - №3. – 30с.
4. Захлебный, А.Н. О формах организации экологического образования и воспитания школьников/ А.Н. Захлебный// Биология в школе. – 2008. - № 3. – 67с.
5. Официальный сайт заповедника «Хакасский» [Электронный ресурс]// <http://zapovednik.khakassky.ru>.

УДК 338.483.12

Герасимович Марина (РБ, Белорусский государственный университет физической культуры)

Marina Gerasimovich (Republic of Belarus, Belarusian state university of physical culture)

Научный руководитель: Худницкая Е.В.

НЕМАТЕРИАЛЬНОЕ КУЛЬТУРНОЕ НАСЛЕДИЕ РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ В ТУРИЗМЕ

INTANGIBLE CULTURAL HERITAGE OF BELARUS IN TOURISM

Нематериальное культурное наследие Беларуси (обряды, традиции, ремесла) – важная составляющая часть национального белорусского туристического продукта. Она может являться основой для создания уникального турпродукта, однако в нашей стране используется не в полной мере, более того, этот вопрос требует обсуждения и выработки общей позиции с представителями туристической отрасли и сферы культуры.

Нематериальные объекты отличаются от материальных тем, что их нельзя законсервировать. Наоборот, им нужно обеспечить возможность жизнеобеспечения и развития. Ключевое звено в этом – носители традиций. Если они исчезнут, то исчезнет и само наследие, а этого допускать нельзя. Нужны и

экономические рычаги для поддержки обрядов и традиций, и эти рычаги могут создать турфирмы при встречном движении тех, кто проводит подобные мероприятия, жителей деревень и т.д. [1]

Зачастую, в поездки за нематериальным культурным наследием отправляются студенты, занимающиеся этнографическими экспедициями, и участники фольклорных коллективов, которые восстанавливают обряды и традиции своего района, области.

Если рассматривать студентов, занимающихся этнографическими экспедициями, как туристов, то они предпочитают путешествовать по всей Беларуси для исследования ее нематериального наследия, т.к. в каждой области есть различия в проведении обрядов, исполнении песен, танцев, приготовлении пищи, и обо всех этих тонкостях исследователям необходимо составить представление. Поэтому туристический продукт для таких потребителей не должен ограничиваться одной или двумя деревнями, он должен включать в себя посещение целого ряда пунктов, вплоть до нескольких областей [2].

Как пример, знакомство с элементами нематериального культурного наследия Гродненской области, может основываться на следующих пунктах: посещение обряда «Юрье» в д.Охоново Дятловского района (если тур будет проходить в летний период), затем знакомство с местным танцевальным стилем исполнения традиционных обрядовых и внеобрядовых произведений аутентичным фольклорным коллективом «Котчинская кадрили» в д.Котчино Мостовского района, испытать на практике традиционную технологию ткачества «падвойных дываноў», т.е. поясов, в д.Гудевичи Мостовского района, а также узнать о технологии изготовления музыкальных инструментов в агрогородке Одельск Гродненского района [3].

Помимо студентов, деревни с нематериальным культурным наследием посещают школьники и участники фольклорных коллективов, для того, чтобы получить опыт и навыки не только для самих себя, но и для своего коллектива. Для таких туристов можно организовать тур по их району или области, т.к. обычно они воспроизводят традиции именно своей местности.

Организационными вопросами подобных поездок, как у студентов, так и у участников фольклорных коллективов, занимаются их руководители. Обычно знакомство с представителями различных деревень, в которых сохранилось нематериальное наследие, происходит на различных конкурсах, фестивалях и т.д. Представители деревень обычно приглашают посетить их деревни, а в дальнейшем поддерживать связь между коллективами.

Однако налаженные связи и сложившиеся маршруты никак не используются в турфирмах и экскурсионных бюро, и туристов, не имеющих отношения к школьным и студенческим экспедициям нет возможности принять участие в подобной поездке.

При этом традиций и обрядов в Беларуси большое количество, они наблюдаются в каждом сезоне без исключения, что является большим плюсом для развития туризма, в частности этнографического.

Если использовать опыт учебных экспедиций, мы можем получить универсальный и постоянно совершенствующийся туристический продукт,

который бы подходил не только людям, интересующимся и занимающимся белорусской культурой, но и обычным туристам, которым не безразлично белорусское наследие.

Список использованных источников

1. Туризм и отдых в Беларуси. На семинаре по нематериальному наследию представители сферы культуры и туризма общего языка не нашли. URL: <http://belarus.tio.by/novosti/10053> (дата обращения: 03.11.2014).
2. Студэнцкае этнаграфічнае таварыства. URL: <http://set.ethno.by/> (дата обращения: 02.11.2014)
3. Нематериальное культурное наследие. URL: <http://gromc.by/pages/nematerialnoe-kulturnoe-nasledie.html> (дата обращения: 03.11.2014)

УДК 338.48-53:745/749

Гундашвили Ксения, Писцова Анастасия (РФ, Уральская государственная архитектурно-художественная академия)

Ksenia Gundashvili, Anastasia Pistsova (Russian Federation, Ural State Academy of Architecture and Arts)

Научный руководитель: доцент Болотова С.Ю.

О РОЛИ МАЛОГО ПОСЕЛЕНИЯ В СТРУКТУРЕ ТУРИСТСКО-РЕКРЕАЦИОННОЙ СИСТЕМЫ СВЕРДЛОВСКОЙ ОБЛАСТИ ABOUT THE ROLE OF SMALL SETTLEMENTS IN THE STRUCTURE OF TOURIST-RECREATIONAL SYSTEM OF SVERDLOVSK REGION

Сельские территории активно участвуют в восстановлении физических и духовных сил городского населения, предоставляя ему соответствующие места для отдыха, общения с природой, любительских занятий. Для эффективной реализации этих функций и создания условий для комплексного использования территориально-природных ресурсов сельской местности необходимы и соответствующие формы организации сельской поселенческой сети.

Сельский туризм позволяет найти средства и способы для сохранения природы, создает новые рабочие места, способствует экономическим преобразованиям и изменениям социальной инфраструктуры деревни. Во многих странах развитие этого вида туризма стало главным направлением охраны и воссоздания национальных сельских ландшафтов.

Одним из популярных направлений сельского туризма является крафт-туризм. В переводе с английского «kraft» обозначает ремесло, мастерство; «craftman» – мастер, ремесленник, обладающий определёнными навыками (ремеслом), производящий на продажу и на заказ изделия ручной работы (в основном относящиеся к изделиям народных промыслов), созданные кустарным способом с применением собственных средств производства.

Крафт-туризм предполагает посещение мастерских подворий, знакомство с ремесленниками, с технологией производства, наблюдение за работой мастеров, а также непосредственное участие в процессе изготовления изделий.

Интеграция народных художественных промыслов в индустрию туризма возможна по следующим направлениям: создание специализированных туристских комплексов в местах традиционного бытования народных художественных промыслов; включение локальных мест традиционного бытования народных художественных промыслов как объектов показа в туристические маршруты.

Создание специализированных туристских комплексов в составе малых населенных пунктов способствует сохранению и популяризации народных художественных промыслов как культурного наследия России, позволяет полноценно раскрыть их художественную ценность и значение в формировании национальной культуры. В качестве инвестиционной площадки для экономического роста и формирования объектов туризма областного масштаба в рамках комплексной программы развития сельских населенных пунктов Свердловской области на период до 2020 года «Уральская деревня» предлагается создание в составе малого населенного пункта обособленной зоны – «ремесленного посада» для размещения индивидуальных усадебных жилых домов с мастерскими народных промыслов и ремесел.

Создание такого жилого образования в структуре населенного пункта с развитой социальной инфраструктурой (общественным центром, школой, детским садом) позволит обеспечить мастерам-ремесленникам наиболее комфортные условия проживания.

В составе зоны ремесленного посада предлагается создание «парка ремесел» – зоны проведения фестивалей народного творчества, ярмарок изделий народных художественных промыслов и декоративно-прикладного искусства, интерактивных образовательных программ с демонстрацией техник ручного творчества и презентацией производимой продукции по различным видам ремесел. Данное проектное предложение реализовано в конкурсном проекте малого поселения «Ремесленный посад» в рамках третьего Всероссийского конкурса инновационных архитектурных проектов «Архитектурный образ России».

Вовлечение жителей малых населенных мест в коренное переустройство села позволит заложить основы устойчивого развития малых населенных пунктов на основе создания достойных условий для жизни и деятельности населения.

Данный подход к популяризации и развитию народных промыслов и ремесел, способствуя восстановлению ценности ручного творческого труда, сохранению и развитию традиционной народной культуры позволяет включить народные художественные промыслы в индустрию туризма и в систему образования, способствуя формированию привлекательного имиджа России.

Список использованных источников

1. Федеральный закон от 6 января 1999 г. № 7-ФЗ «О народных художественных промыслах» // Собрание законодательства РФ, 1999, N 2, ст. 234.

2. Постановление Правительства Свердловской области № 471-ПП от 3 июня 2014 г. «Об утверждении комплексной программы Свердловской области «Развитие агропромышленного комплекса и сельских населённых пунктов Свердловской области («Уральская деревня») до 2020 года» // «Областная газета» от 17 июня 2014 г. , № 104 (7427).
3. Белов М.С. Исчезающие художественные промыслы как инновационный туристский продукт научно-образовательного центра [Текст]/ М.С. Белов, Е.А. Шмелева// Вестник СГУТиКД. –№1 (19), 2012. – С 15-18.
4. Косинова Е.А., Агаларова Е.Г. Роль туризма в обеспечении устойчивого развития сельских территорий//Проблемы и пути развития российской провинции: монография. В 5ч. Ч.1. Экономика и управление / под общ. ред. Л.Н. Семерковой. Пенза: РИО ПГСХА, 2010.
5. Уланов Д.А. Туризм на сельских территориях: опыт, проблемы, перспективы [Текст] / Д.А. Уланов // Молодой ученый. - 2013. - №6. - С. 455-459.

УДК 796.015.132:796.386

Дворяткин Николай (Республика Казахстан, г. Павлодар, Инновационный Евразийский университет)

Nikolai Dvoryatkin (Kazakhstan Republic, Pavlodar Innovative University of Eurasia)

Научный руководитель: старший преподаватель Афанасьева Р.С.

**ФИЗИЧЕСКАЯ ПОДГОТОВКА СТУДЕНТОВ,
ЗАНИМАЮЩИХСЯ В СЕКЦИИ НАСТОЛЬНОГО ТЕННИСА
THE PHYSICAL TRAINING OF STUDENTS
IN THE SECTION OF TABLE TENNIS**

Согласно приказу 282 МОН РК от 2 октября 2008 года в режиме учебной недели студентов должно проводиться 4 обязательных часа физического воспитания, причем, на старших курсах занятия могут проходить в рамках тренировочных занятий по их интересам, где каждый выберет то, что ему по душе. В студенческие годы молодые люди уже более ответственно относятся к своему здоровью, к своей внешности, к своим перспективам, а также к средствам улучшения здоровья и телосложения, поэтому сознательное отношение к тренировочному процессу может помочь в достижении значительных результатов.

В настоящее время широкую популярность среди молодежи приобретает настольный теннис. Это самая доступная спортивная игра в системе физического воспитания. Настольный теннис, как спортивная и подвижная игра не требует большого материального обеспечения и места для тренировок и соревнований. При этом, в процессе игры, которая отличается большой двигательной активностью, у занимающихся формируются такие качества как быстрота, скоростно-силовые качества, скоростная выносливость, высокая координация, точность движений, наблюдательность, скорость реакции, тактическое мышление

и другие способности. Все эти качества необходимы специалистам современного производства. Поэтому эта игра находит свое достойное место в системе физического воспитания студенческой молодежи [2,3].

В настоящее время настольным теннисом занимаются миллионы людей: одни – с целью добиться высоких спортивных результатов, другие – с целью активного отдыха и оздоровления. И такие резервы в нем имеются. Игра в настольный теннис оказывает значительное тренировочное воздействие на организм, особенно если партии следуют одна за другой. По данным ученых к концу первой партии у теннисиста пульс поднимается до 152 уд/мин, к концу второй – 160 уд/мин, к концу третьей – до 200 уд/мин. Настольный теннис относится к аэробным видам спорта, т.к. во время игры нет предельных скоростей и не накапливается кислородный долг. В этом его большое преимущество как вида спорта, имеющего большой оздоровительный и психотерапевтический эффект. К тому же, как видно из таблицы 1, по величине МПК теннисисты могут быть приравнены к волейболистам [1].

Академик Н.М. Амосов утверждал, что человеку, для хорошего самочувствия нужна не большая сила или быстрота, а слаженное взаимодействие всех систем организма, которое лучше всего проявляется через выносливость. Основа же ее – это хорошо функционирующие механизмы кислородного обеспечения. Аэробные упражнения должны выполняться не настоятельно, а добровольно и с удовольствием, они должны поднимать настроение. В этом большое преимущество настольного тенниса по сравнению с медленным бегом, используемым для расширения аэробных способностей.

Таблица 1 – МПК у спортсменов различных видов спорта

Виды спорта	МПК (мл/кг/мин)
Хоккей	58
Футбол	55
Настольный теннис	53
Волейбол	53
Гимнастика	48

В 2012-2014гг. мы провели исследование, целью которого была оценка эффективности физической подготовки студентов, занимающихся в секции настольного тенниса Инновационного Евразийского университета. Режим занятий: 2 раза в неделю по 90 минут. В исследовании приняли участие студенты 3-4 курсов. Обязательными компонентами тренировочных занятий были общеразвивающие упражнения, силовые упражнения на мышцы рук, спины и брюшного пресса, прыжки со скакалкой, упражнения на гибкость.

До эксперимента студенты контрольной и экспериментальной групп отличий в показателях физической подготовленности не имели. В конце эксперимента студенты экспериментальной группы, как юноши, так и девушки превосходили контрольные группы по развитию скоростно-силовых качеств, ловкости, скорости реакции и общей работоспособности.

Список использованных источников

1. Барчукова Г.В. Настольный теннис. - М.: Физкультура и спорт, 1989. - 132 с.
2. Валетов М.Р., Наумов Н.П., Смородин В.В. Настольный теннис в практике физического воспитания студентов вузов. – Оренбург: ГОУ ОГУ, 2005. – 26 с.
3. Дорошенко С.А., Муллер А.Б. Настольный теннис. Учебное пособие для студентов и преподавателей нефизкультурных вузов. – Красноярск, КГТУ, 2000. – 120 с.

УДК 796.379.851

Дранкевич Ольга (РБ, Институт туризма БГУФК)

Olga Drankevich (The Republic of Belarus institute of tourism of the BSU)

КЛАСТЕРЫ АТТРАКТИВНОСТИ МАЛЫХ ГОРОДОВ БЕЛАРУСИ CLUSTERS OF ATTRACTION REFERENCE MODEL OF SMALL TOWNS IN BELARUS

Для определения аттрактивности малых городов Беларуси и использования их привлекательности в туристско-экскурсионном показе в Институте туризма БГУФК проведены исследования в результате которой была использована модифицированная методика типологии городских поселений Беларуси по значимости историко-культурного наследия [1] в которой были выделены следующие критерии:

I. Общее количество памятников архитектуры, археологии, культуры и искусства в малом городе.

II. Ценность культурно-исторического наследия малого города.

III. Наличие современной развитой туристической инфраструктуры.

IV. Транспортная доступность.

V. Рекреационные ресурсы.

В качестве исходного материала изучены данные о 73 малых городах Беларуси. Из общего списка исключены малые города, основанные в XIX – начале XX в. и поселения, не обладающие объектами культурно-исторического наследия, как материального, так и нематериального, а также города-спутники.

Комплексная оценка общего количества памятников архитектуры, археологии и искусства в малом городе распределилось от 44 до 2 баллов. Наивысшую оценку получил Несвиж (44), соответственно Мстиславль (29), Глубокое (24) и Мир (23), наименьшую в 2 балла получили Ветка и Лельчицы.

При определении ценности культурно-исторического наследия малого города использована типология городских поселений Беларуси [1]. Сумма баллов, присвоенных поселению по каждому типологическому критерию (8 критериев), определила собой его относительную ценность по значимости недвижимого культурно-исторического наследия, которая переведена в 5-ти балльную шкалу: 15 - 27 баллов соответствуют 5 баллам; 11-12 – 4 баллам; 6-9 – 3 баллам; 1-4 – 2 балла, остальные поселения получают 1 балл.

По критерию III учитывалось наличие гостиниц, туристических комплексов, домов охотника и рыбака, а также музеев и филиалы музеев. Рассматривались центры туризма и народных промыслов, прохождение туристического маршрута национального значения через поселение и другие признаки, влияющие на инфраструктуру малого города.

Наиболее развитая инфраструктура в Мире и Несвиже по 13 баллов, в Браславе – 10 баллов, а в Славгороде и Каменце – в меньшей мере – 1 балл.

Показатель IV характеризует транспортную доступность, при котором начисляются следующие баллы:

5–4 баллов – поселения, удаленные от крупных и крупнейших городов и туристических трасс международного значения на расстояние, не превышающее 0,5 часа езды;

3–2 балла – поселения, удаленные от крупных и крупнейших городов и туристических трасс международного значения на расстояние, от 0,5 до 1 часа езды;

1 балл – поселения, удаленные от крупных и крупнейших городов и туристических трасс международного значения на расстояние, превышающее 1 час езды.

Бальная оценка транспортной доступности отражена в таблице 2.4. Транспортная доступность для реципиентов – фактор весьма значимый, так и неоднозначный. Чем ближе дестинация к центру спроса, тем большему числу потенциальных посетителей она доступна. Однако тесное соседство не всегда гарантирует успех, а в отдельных случаях препятствует развитию поселения. При близкой транспортной доступности малый город должен обладать высоким культурно-историческим и развлекательным потенциалом, составляющим в совокупности не менее трех часов. Малые города, расположенные дальше трехчасовой доступности от центров и не обладающие богатым ресурсным потенциалом, могут развиваться, ориентируясь на транзитных путешественников: обеспечивать проезжающих услугами питания, местами отдыха.

Большую роль играет конфигурация экскурсионно-транспортной сети, по которой дестинация осуществляет связь с другими населенными пунктами, так как для развития малых городов определяющее значение имеет возможность их включения в туристские маршруты. По конфигурации туристские маршруты дифференцируются на замкнутые и радиальные.

С экономической точки зрения предпочтительны замкнутые маршруты, позволяющие при одинаковом пробеге транспортного средства посетить большее число архитектурных объектов, избегая повторного въезда в ходе одного тура. Такие маршруты более экономичны для реципиентов и организаторов туризма как по финансовым, так и по временным параметрам. Для малых городов безразлично, проходит через них сквозная или тупиковая транспортная магистраль. Лучшим транспортным положением обладают дестинации, которые можно включить в замкнутые маршруты.

Географическое положение по отношению к дестинациям-конкурентам, способным перехватывать рекреационные функции, также влияет на развитие туристического комплекса в малом городе. Перехват рекреационных функций

происходит в том случае, если городское поселение имеет более развитую и качественную инфраструктуру по сравнению с соседом – малым городом. Наличие более качественной инфраструктуры может быть обусловлено двумя базисными факторами: а) сравнительно лучшим культурно-историческим потенциалом как самого города, так и прилегающего микрорегиона; б) более высокой численностью его населения.

Если город обладает достаточно высокими ресурсами по сравнению с соседями или находится в регионе с выигрышными рекреационными ресурсами, это создает предпосылку для эффективного ведения туристического хозяйства, и как следствие, концентрации туристических функций. В результате развивается инфраструктура, предоставляющая услуги питания и проживания с более выгодным сочетанием цены и качества, чем в соседних городах и регионах, у которых сервис гостеприимства оказывается менее конкурентоспособным.

Таким образом, соседние регионы и города, незначительно отстающие по качеству туристических ресурсов, начинают заметно уступать по уровню развития индустрии гостеприимства, что является признаком перехвата таких рекреационных функций, как организация питания и проживания, проката и автосервиса и т.п.

Перехват этих функций может осуществляться и по причине более эффективного развития инфраструктуры вследствие повышенной концентрации внутреннего спроса на услуги сервиса, если в городе проживает больше населения и лучше развиты отрасли материальной сферы. При данных условиях для собственного развития города интенсивно используются эффекты масштабности спроса и агломерации, которые не проявляются в небольших населенных пунктах. Этим объясняется способность крупных городов перехватывать ряд рекреационных функций у своих скромных по размеру соседей, пусть даже и обладающих богатым культурно-историческим потенциалом.

Критерий V существенно влияет на привлекательность малых городов. К ним относятся памятники природы, исторические ландшафты, парковые хозяйства, живописные природные ландшафты с выразительной растительностью, рельефом, водными объектами. Парки – памятники садово-паркового искусства одновременно являются памятниками истории и культуры и памятниками природы. А также процесс благоустройства включает эстетическое обновление и улучшение архитектурного облика малых городов, повышение уровня озеленения каждого населенного пункта, районов индивидуальной застройки, зон отдыха, создание эталонов эстетического оформления и благоустройства территорий, совершенствование городского дизайна, эстетического благоустройства набережных, пляжей, автомобильных дорог и расположенных на них объектов сервиса, наведение порядка в использовании земель, сельскохозяйственных угодий. Районов индивидуальной застройки, зон отдыха и туризма, памятников истории и культуры. К примерам успешной реализации комплексного благоустройства городских территорий можно отнести: Шклов, Пружаны, Глубокое, Климовичи, Несвиж, Чечерск и др.

При оценке рекреационных ресурсов учитывались следующие признаки, которым начислялись соответствующие баллы: 5-4 баллов – поселениям с

расчлененным рельефом и контрастными средами (например, наличие водоема и пр.), удаленным от источников шума и загрязнения;

3 балла – поселениям с менее выраженным рельефом и отсутствием контрастных сред, удаленные от источников шума и загрязнения;

2-1 балла – поселениям с менее выраженным рельефом и отсутствием контрастных сред, где присутствуют источники шума и загрязнения

Из комплексная оценка рекреационных ресурсов малых городов отчетливо видно, что одиннадцати поселениям присвоено 5 баллов. Это говорит о том, что поселения Беларуси в основном расположены на берегах или вблизи водоемов, а также на расчлененном рельефе с контрастными средами. Только четырем поселениям присвоено 1 балл.

Сегодня доминирует комплексный подход, взаимоувязанное применение средств ландшафтной архитектуры, пластической организации и покрытия поверхности земли, средств освещения и цветового решения, декоративного озеленения, визуальной информации, рекламы, воссоздание многочисленных и, прежде всего, архитектурных элементов, формирующих жилую среду на участках дорог, улиц и проездов, где не должны доминировать технологические решения. Так, если декоративная скульптура, фонтаны и водоемы не терпят стандартов и призваны придать каждой улице, площади или микрорайону индивидуальное лицо, то элементы благоустройства улиц и дорог должны способствовать превращению города в единый организм. Ограды, скамьи, урны и декоративные вазы, являясь одновременно принадлежностью улиц и придомовых внутриквартальных участков, дифференцируются по своему архитектурно-художественному решению и играют большую роль в архитектурном облике малого города и особенно его центра.

Освещение также является важным элементом благоустройства современного малого города. Современные технологии его использования представляют возможность создать подлинное архитектурно-художественное произведение. Так, вечернее освещение сложившегося центра старого города подчеркивает неповторимость живописных ансамблей церквей и монастырей, а освещение новых районов – современность общественных зданий. При формировании вечернего облика современной улицы малого города большое значение имеет архитектурно-художественный подсвет как новых технических сооружений, так и наиболее ценных с градостроительной точки зрения зданий – служащих символами города. Образцами создания праздничной световой рекламы и вечернего светового оформления отдельных зданий, центральных улиц и площадей могут служить: Мир, Любань, Шклов и др.

Сумма баллов, присвоенных малому городу по каждому типологическому критерию, определила собой относительную аттрактивность. В результате установлено 5 типов поселений.

К первому типу отнесены Несвиж и Мир, которые существенно выделяются среди других городов благодаря уникальности своего наследия (69-57 баллов).

Второй тип включил: Мстиславль, Поставы, Глубокое (47-41 баллов).

К третьему типу отнесены: Шклов, Ивенец, Браслав, Ружаны, Дисна, Клецк (38-30 баллов).

Четвертый тип – большой ряд малых городов: Дятлово, Мядель, Быхов, Иваново, Каменец, Ошмяны, Любча, Коссово, Свислочь, Славгород, Туров, Чечерск, Добруш (29-20 баллов).

В пятом типе преобладают малые города, в частности: Ветка, Климовичи, Лельчицы, Любань, Толочин (18-14 баллов).

Полученный в ходе исследования фактический материал был обработан с помощью программы «Statistica», что позволило сформировать кластеры привлекательности малых городов. Кластерный анализ проводился методом полной связи между вышеописанным, а его результаты представлены на рис. 1.

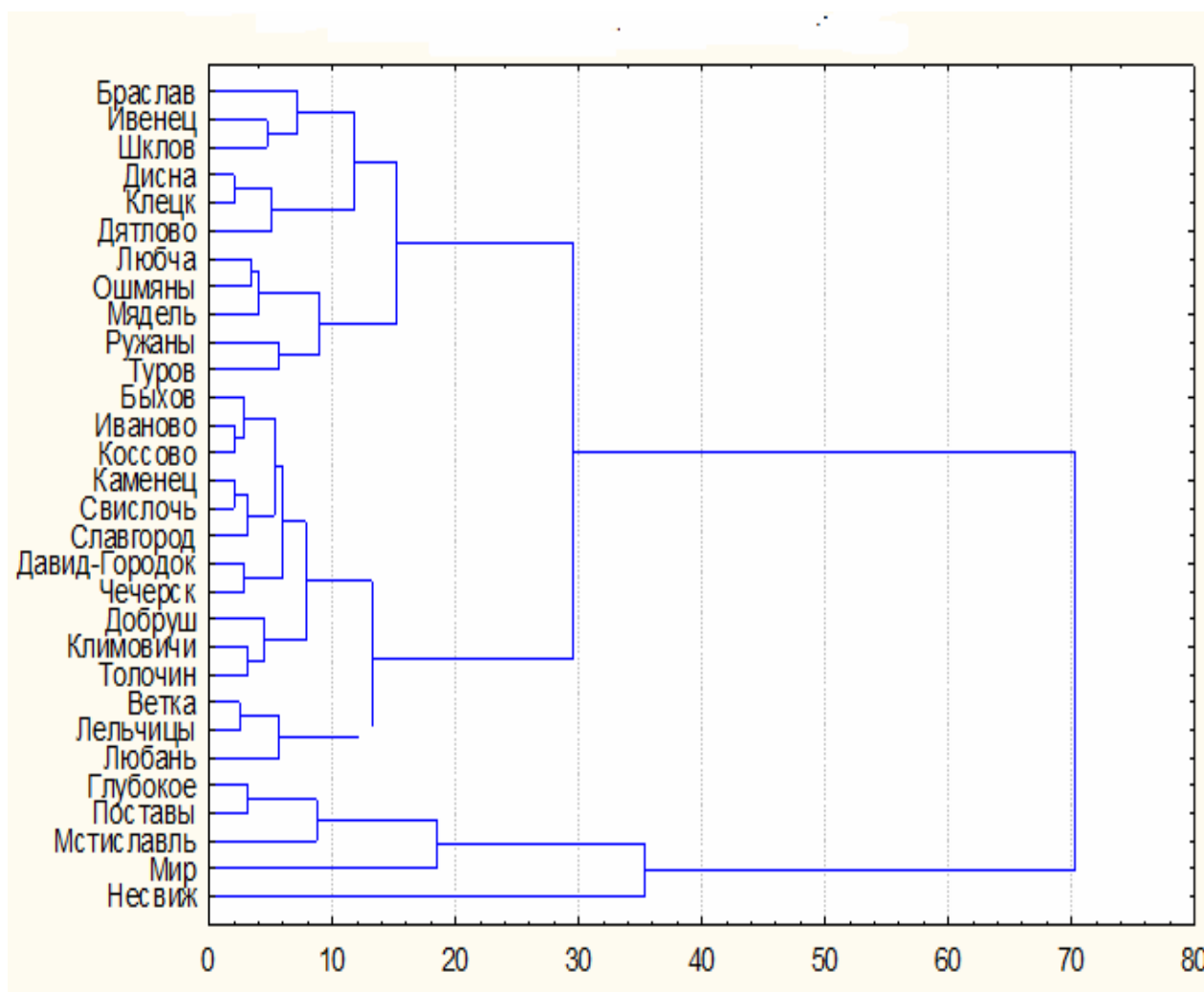


Рисунок 1 – Кластеры аттрактивности малых городов Беларуси

Выделено пять кластеров, два из которых объединяют наиболее аттрактивные поселения. В качестве первого самостоятельного кластера с учетом его уникального значения был выделен Несвиж и Мир. Во второй кластер попали Мстиславль, Поставы и Глубокое. Третий кластер сформировали достаточно привлекательные Шклов, Ивенец, Браслав, Дисна, Ружаны, Клецк. Четвертый кластер объединил города со средней аттрактивностью Мядель, Дятлово, Ошмяны, Туров, Любча, Быхов, Иваново, Каменец, Свислочь, Славгород,

Коссово, Чечерск. Пятый кластер собрал наименее привлекательные малые города Добруш, Давид-Городок, Толочин, Климовичи, Любань, Лельчицы, Ветка.

При выяснения важности факторов, влияющих на художественную привлекательность малых городов, статистически выделены наиболее значимые для аттрактивности главные компоненты, формирующие фактор 1 (наиболее важный) и фактор 2 (менее значимый) (табл. 1).

Таблица 1 – Факторы, влияющие на аттрактивность малых городов

	Фактор 1	Фактор 2
Общее количество памятников архитектуры, археологии и искусства в малом городе	0,860078	0,005455
Ценность культурно-исторического наследия малых городов	0,920955	0,102736
Наличие современной развитой туристической инфраструктуры	0,882972	0,140289
Транспортная доступность	0,033908	0,866510
Рекреационные ресурсы	0,383744	-0,658145
Общ. дис.	2,515940	1,214261
Доля общ.	0,503188	0,242852

Результирующая оценка не является механическим суммированием пофакторных оценок. Например, наличие такого объекта, как Мирский замок, являющийся памятником Всемирного культурного наследия ЮНЕСКО, более важный фактор, чем другие, при оценке благоприятности условий для разработки экскурсии. Поэтому результирующая оценка определялась, в первую очередь, с учетом ценности объекта и аттрактивности культурно-исторического наследия.

Таким образом, из приведенных данных, ценность культурно-исторического наследия и наличие современной развитой инфраструктуры являются наиболее важными факторами (их совокупная доля составляет около 40 % значимости), также велика роль транспортной доступности ресурсного потенциала, хотя и составляет второй фактор (24 %). Наличие же экологических ресурсов практически никак не влияет на востребованность малого города (за исключением специализирующихся на пляжно-купальном отдыхе и санаторно-курортном лечении) в экскурсионном показе.

Список использованных источников

1. Чантурия Ю.В. Типология городских поселений Беларуси по значимости историко-культурного наследия / Ю.В. Чантурия // Устойчивые ценности архитектуры малых городов: сборник материалов по теме конференции / подгот. Локотко А.И. [и др.]. – Минск: БелНИИПБелградостроительства, 2004, - С. 31-33.

ПАРТИЗАНСКИЙ МАРКЕТИНГ В ТУРИЗМЕ GUERRILLA MARKETING IN TOURISM

Нужна эффективная реклама, которая будет не отпугивать человека, а привлекать, заманивать и завораживать. В этом нам может помочь партизанский маркетинг. Это малобюджетные способы рекламы и маркетинга, позволяющие эффективно продвигать свой товар или услугу, привлекать новых клиентов и увеличивать свою прибыль, не вкладывая или почти не вкладывая денег. Поэтому партизанский маркетинг называют также «малобюджетным маркетингом» или «малозатратным маркетингом»[5]. В маркетинге сильный акцент сделан на способности маркетолога почувствовать тревоги и желания человека, коренящиеся в творчестве, культуре, традициях и связи с природой. Существует 3 разных варианта маркетинга, которые имеют разные ориентации на рынке они представлены в таблице 1. Представлено сравнение трех вариантов маркетинга по различным характеристикам.

Таблица 1 – Сравнение трех вариантов маркетинга

Характеристика	Маркетинг: ориентация на продукт	Маркетинг: ориентация на потребителя	Маркетинг: ориентация на ценности
Цель	Продавать продукты	Удовлетворять запросы и удерживать потребителей	Сделать мир лучше
Движущая сила	Промышленная революция	Информационные технологии	Технологии новой волны
Как компании рассматривают рынок	Массовые потребители с физиологическими потребностями	Более информированные потребители со своими мыслями и эмоциями	Полноценные разумные существа с эмоциями и душой
Ключевая маркетинговая концепция	Разработка товаров	Дифференциация	Ценности
Принципы маркетинга	Акцент на характеристиках продукта	Позиционирование компании и продукта	Миссия, видение и ценности компании
Потребительная стоимость	Функциональная	Функциональная и эмоциональная	Функциональная, эмоциональная и духовная
Взаимодействие с потребителями	«Один со многими»	«Один на один»	«Сотрудничество многих со многими»

Некоторые авторы вкладывают в понятие маркетинга в туризме глобальное содержание, как, например, швейцарский специалист Ё. Крипендорф: «Туристский маркетинг – это систематическое изменение и координация деятельности туристских предприятий, а также частной и государственной политики в области туризма, осуществляемой по региональным, национальным или международным планам. Цель таких изменений заключается в том, чтобы наиболее полно удовлетворять потребности определенных групп потребителей, учитывая при этом возможности получения соответствующей прибыли».

Эти методы уже использовались в разных отраслях, но с определенными корректировками их, в туризме, так как ранее они не применялись в туристической отрасли.

Туристская компания заключит договор с какой-нибудь транспортной компанией, и внутри автобуса сделать интерьер экзотической страны, разместив в нем традиционную атрибутику страны. Когда пассажир будет заходить в этот автобус у него появиться ощущение того, что он как бы из холодной осени попал на пляж Тайланда. Думается, положительные эмоции, возникшие в такой ситуации, создадут стимулирующую реакцию у людей и они по крайней мере захотят узнать название фирмы.

Также туристическая компания может разместить, свою рекламу на пешеходной зебре, где будет изображено приглашение в тур предприятие. Используя такой метод, компания уменьшит свои расходы на рекламу, тем самым привлекая свое внимание необычной рекламой.

Для привлечения молодежи к туризму, рекламу турпредприятия можно разместить в кафе, где концентрируется наибольшее количество молодежи. Механизм осуществления данного вида рекламы может быть описан так: компания заключает договор с такими кафе, как Макдональдс, СабВей и др.; рекламу турпредприятия посетитель кафе может увидеть, сделав заказ - на подносе выполнена реклама компании, к примеру, в виде такого текста «Отдыхай вместе с нами» и далее приведено название фирмы. При этом, думается, молодые люди будут приятно удивлены, т.к. фирма не оставила молодежь без внимания. Это важно потому, что большинство фирм направляет свое внимание на людей средних лет и с постоянным доходом, забывая о молодежи и пожилых людей - туристическая индустрия России не достигла еще того уровня организации маркетинга, чтобы в полной мере достичь баланса между всеми слоями населения.

И еще один партизанский метод, который еще практически не применяется в туристической индустрии. Заключается он в том, что туристская компания арендует автобус, на котором (снаружи) следует разместить логотип или название своей компании.

Автобус, проезжая по всему городу, уже рекламирует данную турфирму. Но кроме этого, рекламу можно дополнить следующим приемом: диктор, находящийся в салоне автобуса, должен будет громко выкрикивать название компании и предлагаемые ею услуги; после этого автобус будет останавливаться в жилых кварталах города, а организаторы (работники фирмы или нанятые специалисты) будут разыгрывать различные конкурсы, а призами в этих

конкурсах могут быть скидки при покупке путевки, маленькие подарки (календарики, ручки с логотипом компании),

Если же рекламное действие проводится на кануне Нового года или Рождества, в качестве подарков эффективнее всего послужат сладкие подарки детям. Несомненно, такая реклама подарит положительные эмоции и никого не оставит равнодушным, в результате люди захотят прийти в данную компанию за путевками [2].

Такие простые и оригинальные идеи можно применить для того, чтобы привлечь клиентов и сделать компанию узнаваемой для всех людей.

Список использованных источников

1. Дурович А.П. Маркетинг в туризме. Учебное пособие.- Минск: Новое знание, 2010. - 496 с.
2. Ефимов О.Н. Страхование по закону о страховом деле. Учебное пособие (приложение к программе подготовки бакалавров) / О.Н.Ефимов. - LAP LAMBERT Academic Publishing GmbH & Co. KG, Heinrich-Böcking-Str. 6-8, 66121 Saarbrücken, Germany, напечатано в России, 2012, 685 стр.
3. Котлер Филип К73 300 ключевых вопросов маркетинга: отвечает Филип Котлер/Пер. с англ. - М.: ЗАО «Олимп-Бизнес», 2010. – 224 с.
4. Котлер Ф., Картаджайа Х., Сетиаван А. Маркетинг 3.0: от продуктов к потребителям и далее – к человеческой душе. – М.: Эксмо, 2011.
5. Тультаев Т.А. Маркетинг услуг. / Московская финансово-промышленная академия. – М., 2010. – 97 с.

УДК 338.48

Жданов Егор (РФ Донской государственный технический университет)

Egor Zhdanov (Russian Federation, Don State Technical University)

Научный руководитель: к.г.н., доцент Карabanова И.В.

СОСТОЯНИЕ И ПРОБЛЕМЫ РАЗВИТИЯ ТУРИСТСКОГО РЫНКА В КАРАЧАЕВО-ЧЕРКЕССИИ STATE AND ISSUES OF TOURISM MARKET DEVELOPMENT IN KARACHAY CHERKESSIA

Туризм – наиболее эффективное средство удовлетворения потребностей людей в отдыхе, так как он сочетает различные виды рекреационной деятельности : оздоровление, познание, восстановление производительных сил человека. В современных условиях туризм превратился в один из ведущих секторов мирового хозяйства. Во многих странах мира он является высокодоходной и наиболее динамично развивающейся отраслью экономики. В последние годы существенные структурные изменения в сфере туризма происходят и в России.

Вопросы, касающиеся развития туристского продукта на Кавказе в частности и в Карачаево-Черкессии в настоящее время очень актуальны. Туризм в

Карачаево-Черкессии, обладающей уникальными рекреационными ресурсами, должен стать важной составной частью экономики республики. В связи с этим стратегия развития туризма должна определяться необходимостью формирования собственного туристского продукта КЧР, обеспеченного комплексом мер для его выхода на внутренний и внешний рынок [1].

Анализ современного состояния туризма в республике показывает, что в последние годы эта сфера в целом развивается стабильно и динамично. Резко увеличился объем инвестиционных предложений как со стороны иностранных, так со стороны и отечественных инвесторов. В настоящее время в республике насчитывается 205 гостиниц и ресторанов, 93 детских оздоровительных учреждений.

Объем платных услуг, оказываемых населению гостиницами и аналогичными средствами размещения в среднем составляет 158,4 млн. руб., туруслуг – 26,9 млн. руб., санаторно-оздоровительных – 19,3 млн. руб. [2].

Главной целью совершенствования туристско-рекреационного комплекса КЧР должна стать максимальное увеличение своей доли на рынке туристских услуг, для достижения которой необходима корректировка содержания предложения туристско-рекреационного комплекса и создание эффективных каналов донесения обновленного предложения до целевой аудитории. Все это достижимо при использовании правильной концепции маркетинга.

В ходе исследований туристско-рекреационного комплекса республики были определены два главных направления его развития.

Экстенсивное направление развития – предполагает освоение новых туристских территорий, обеспечение их транспортной доступностью, инженерной, социальной, туристской инфраструктуры. Экстенсивное направление развития имеет потребность в крупных инвестициях, которые могут быть обеспечены через участие Карачаево-Черкесской республики в Федеральной программе «Развитие внутреннего и внешнего туризма в РФ на 2011-2016 гг.» на базе государственного и частного партнерства.

Интенсивное направление развития предполагает увеличение количества и совершенствование качества услуг, предоставляемых туристско-рекреационным комплексом КЧР на базе уже имеющейся инфраструктуры и направлено на повышение загрузки его объектов с увеличением продолжительности пребывания туристов.

На наш взгляд повышение эффективности работы туристского рынка КЧР требует преодоления следующих проблем:

- отсутствие обновления ассортимента туристско-рекреационного комплекса республики в течении последних 5 лет;
- неполное использование имеющейся туристской и сопутствующей инфраструктуры в формировании регионального турпродукта;
- наличие у регионов-конкурентов востребованных предложений перетягивающих потребителей.

Для решения указанных проблем по формированию регионального турпродукта необходимо реализовать следующие мероприятия:

- исследовать значимость восприятия потребителей природных и культурно-исторических объектов на территории республики;
- провести брендинг наиболее значимых достопримечательностей;
- внедрить инновации ускоряющие обслуживание туристов;
- подготовка персонала в соответствии с современными требованиями.

После успешного проведения всех перечисленных мероприятий маркетинг в туристической отрасли встанет на качественно новый уровень. Следовательно появится возможность для реализации значительного туристско-рекреационного потенциала республики, которая в ближайшее время может стать одним из популярнейших мест отдыха и туризма в мире.

Список использованных источников

1. География и туризм в КЧР.[Электронный ресурс] – Режим доступа. - URL:http://www.dombayinfo.ru/region_info -(Дата обращения 5.11.2014).
2. Основные тенденции социально-экономического развития Карачаево-Черкесской Республики в 2013 году. Официальный портал главы и правительства Карачаево-Черкесской республики. -URL:http://www.kchr.ru/left_menu/economy/. (Дата обращения 5.11.2014.)

УДК 374.014

Живаев Алексей (РФ, Хакасский государственный университет им. Н.Ф. Катанова)

Alexei Zhivaev (Russian Federation, Khakassia State University)

Научный руководитель: к.и.н., доцент Моруденко Ю.И.

«СИТИ-КВЕСТ» КАК КРЕАТИВНАЯ ФОРМА ОРГАНИЗАЦИИ ГОРОДСКОГО ТУРИЗМА «CITY GUEST» HOW CREATIVE FORM OF URBAN TOURISM

Развитие туризма как одного из условий устойчивого развития территорий в последние годы является приоритетным направлением в региональной экономической политике. Это обусловлено тем, что туризм оказывает значительное воздействие на развитие регионов, при этом существенное влияние на туризм оказывает его связь с другими отраслями экономики.

Во многих федеральных и муниципальных программах развития туризма все больше внимания стало уделяться проблемам развития туризма в малых городах. В стране огромное количество малых городов, обладающих богатым культурным и историческим потенциалом, однако туристский потенциал таких городов используется не в полном объеме.

Однако, в настоящее время, представлять просто туристские ресурсы уже недостаточно. Необходимо предлагать на туристский рынок эксклюзивные туристские продукты, подчеркивающие специфику данной местности. Одним из оригинальных туристских продуктов города Абакана может стать организация экскурсионных программ, основанных на проведении «сити-квестов».

Термин «сити-квест» происходит от англ. «city» («большой город») и «quest» («поиск», «отъезд рыцаря на поиски приключений»). Одним из значений слова «квест» является также способ построения сюжета (мифа или произведения литературы), в котором главные персонажи перемещаются к определенной цели посредством преодоления трудностей.

В настоящее время слово «квест» приобретает новое значение, выходя за рамки виртуального мира и сохраняя некоторое подобие компьютерной игры в реальной жизни. Квестами стали называть игры, основанные на уникальном сюжете, который должен быть раскрыт группой людей, выполняющих различные задания, решающих поисковые, логические и другие задачи, с целью завоевания высокой рейтинговой позиции или получения награды.

Командные игры, проводимые в парках, торговых центрах, метро, в отдельных районах города или в городе в целом, получили название «сити-квестов». В них нужно хорошо ориентироваться на местности, преодолевать препятствия, быстро и верно решать логические задачи, чтобы собрав все локации, первым угадать ключевое слово и достичь места финиша.

Существует множество вариантов квест-экскурсий: пешие, автоквесты, рафтинг-квесты. По тематике и уровню сложности создают квесты для взрослых и детей. Иногда в качестве задания выступает зашифрованный вопрос, а иногда и выполнение определенных физических задач. В процессе игры человек не просто развивает логику, он учится проявлять свои лидерские способности и знание города, узнает много нового, ближе знакомится с членами своей команды, да и просто активно проводит время, соревнуясь с другими участниками.

Все команды посещают одинаковый набор мест и выполняют одинаковые задания, но в разном порядке (во избежание столкновений команд на контрольных точках). На каждой из точек они встречают определённого персонажа, который дает им историческую справку, рассказывает о месте, в котором они находятся. Помимо экскурсионной части многие экскурсионные программы включают в себя трениговую часть, направленную на сплочение, более глубокое знакомство участников в нестандартной ситуации, умение решать задачи сообща, применяя креативный подход. Ежегодно с конца июня по конец октября в Сеуле проводятся бесплатные экскурсии для иностранцев по городу, участникам которых предлагают выполнить различные задания. В рамках проекта «Занимательные истории Сеула» разработано пять экскурсий-квестов по корейской столице. Во время экскурсии участники, слушая объяснения англоговорящего гида, должны сделать необычные снимки достопримечательностей. Чтобы принять участие в увлекательном туре, необходимо заблаговременно зарегистрироваться на сайте проекта. Некоторые туры по Сеулу начинаются с наступлением темноты. В группу максимально может входить сто человек.

Таким образом, главной ценностью городских квестов является «активное краеведение». Возможность изучить историю своего города, попытаться разгадать его многочисленные тайны, стать частью приключения предлагают экскурсионные «сити-квесты».

УДК 796/799

Зайнагутдинов Рамиль (Республика Казахстан, г. Павлодар, Инновационный Евразийский университет)

Ramil Zaynagutbinov (Kazakhstan Republic, Pavlodar, Innovative University of Eurasia)

Научный руководитель: ст. преподаватель Комисар С.В.

ОЦЕНКА ФИЗИЧЕСКОГО РАЗВИТИЯ ВЫПУСКНИКОВ
ГОРОДСКИХ И СЕЛЬСКИХ ШКОЛ
EVALUATION OF PHYSICAL DEVELOPMENT ALUMNI
URBAN AND RURAL SCHOOLS

Принято считать, что за 10 лет в физическом развитии людей разных возрастных групп наблюдается достоверная динамика. Однако если по проблеме здоровья школьников в современной литературе встречаются фрагментарные данные, то результаты обследования молодежи и взрослого населения публикуются очень редко.

Целью наших исследований было изучение и оценка физического состояния современной молодежи, проживающей на территории Павлодарской области. В своей работе мы не ставили задачи составления оценочных таблиц, поэтому не исключали из исследования студентов, освобожденных от практических занятий по физическому воспитанию при измерении параметров физического развития.

Исследования были проведены в октябре 2012 года. В них приняли участие 158 девушек и 98 юношей – студенты 1 курса Инновационного Евразийского университета в возрасте 17-18 лет, проживающие в школьные годы на территории г. Павлодара и Павлодарской области.

По программе исследования для оценки физического развития регистрировались такие антропометрические показатели как вес, рост, окружность грудной клетки, жизненная емкость легких, динамометрия стантовая и кистевая, таблица 1.

Как видно из таблицы, ни в одном из изучаемых показателей, ни девушки, ни юноши городской и сельской местности не имеют достоверных различий. Другими словами, в настоящее время и городские и сельские условия проживания и жизнедеятельности оказывают на физическое развитие подрастающего поколения одинаковое влияние.

Обращает на себя внимание большой разброс показателей по каждому исследуемому фактору, который оценивается по величине сигмы (чем больше разница между наименьшим и наибольшим показателями в вариационном ряду, тем больше сигма). Так, например, ростовые параметры у юношей отмечались в диапазоне от 145 до 191см, весовые от 46 до 96кг и т.д.

Однако сами по себе параметры физического развития еще не дают характеристики его гармоничности, т.к. находясь в одном и том же возрасте, люди могут иметь значительные различия в физическом развитии. Поэтому оценка соответствия изучаемых параметров для каждого студента производилась нами по индексам А.Г. Дембо (1976).

Таблица 1 – Сравнительный анализ показателей физического развития выпускников городских и сельских школ

Показатели физического развития	Девушки			Юноши		
	Городские n=102	Сельские n=56	t P	Городские n=56	Сельские n=42	t P
	\bar{x} σ	\bar{x} σ		\bar{x} σ	\bar{x} σ	
Рост (см)	165,11 5,59	163,9 6,23	t = 0,74 P>0,05	176,75 6,12	174,75 4,46	t = 1,30 P>0,05
Вес (кг)	55,27 7,65	55,67 7,48	t = 0,23 P>0,05	65,34 9,39	63,37 7,69	t = 0,37 P>0,05
ЖЕЛ (мл)	2950 600	2860 750	t = 0,23 P>0,05	4000 760	4100 740	t = 0,16 P>0,05
ОГК (см)	81,45 6,37	82,15 5,12	t = 0,50 P>0,05	89,66 6,24	88,67 5,96	t = 0,57 P>0,05
Динамометрия кистевая (кг)	18,02 5,08	18,68 4,27	t = 0,53 P>0,05	34,03 6,97	33,29 5,34	t = 0,43 P>0,05
Динамометрия становаая (кг)	72,68 16,02	67,82 19,45	t = 1,64 P>0,05	131,58 23,65	126,78 26,84	t = 1,07 P>0,05

Полученные данные показали, что большая часть студентов имеет отставание в физическом развитии. Так у 35-45% молодых людей отмечается несоответствие весо-ростовых параметров, у большей половины студентов выявлено негармоничное физическое развитие.

Но, особенно обращает на себя внимание отставание силовой подготовленности молодого поколения. При этом если низкий становой индекс имеют от 40 до 65% студентов, то кистевой 85-95%.

Полученные результаты, с одной стороны, подтверждают полученные нами ранее данные, с другой – ясно очерчивают задачи, которые нуждаются в неотложном решении в современном физическом воспитании: это усиление работы по развитию таких жизненно важных физических качеств как сила и выносливость, т.к. именно уровень этих способностей тесно взаимосвязан с состоянием здоровья человека.

Список использованных источников

Практические занятия по врачебному контролю: Пособие для ин-тов физ. культ. /Под ред. А.Г. Дембо. - М.: Физкультура и спорт, 1976. – 128 с.

УДК 338.482.22

Золотухина Дарья (НИ Иркутский государственный технический университет)
Darya Zolotuhina (National Research Irkutsk State Technical University)
Научный руководитель: к.т.н., доцент Серебряник И.А.

ИННОВАЦИОННЫЕ ТЕХНОЛОГИИ В ТУРИЗМЕ:
«ОБЛАЧНЫЕ ТЕХНОЛОГИИ»
INNOVATIVE TECHNOLOGIES IN TOURISM:
"CLOUD TECHNOLOGY"

Сегодня все более и более популярной становится технология «облако» (cloud computing). Это технологии обработки данных, в которых ресурсы компьютера предоставляются Интернет-пользователю как online-сервис.

Такие технологии выступают альтернативой обычной схеме установки программного обеспечения (ПО) на компьютеры в фирме-заказчике. По сути, заказчик платит не за программу, а за ее аренду. Плата за использование исчисляется ежемесячно.

Немалую долю рынка облачных услуг занимают отраслевые решения, разработанные с учетом специфики профессиональных задач специалистов разных областей: медицина, туристический бизнес, образование, банковские услуги и др.

Есть три модели «облака»:

1. Программное обеспечение как услуга (SaaS, Software as a Service). Потребителю предоставляются программные средства – приложения провайдера, выполняемые на облачной инфраструктуре.

2. Платформа как услуга (PaaS, Platform as a Service). Потребителю предоставляются средства для развертывания на облачной инфраструктуре создаваемых потребителем или приобретаемых приложений, разрабатываемых с использованием поддерживаемых провайдером инструментов и языков программирования.

3. Инфраструктура как услуга (IaaS, Infrastructure as a Service). Потребителю предоставляются средства обработки данных, хранения, сетей и других базовых вычислительных ресурсов, на которых потребитель может развертывать и выполнять произвольное программное обеспечение, включая операционные системы и приложения.

Облачные технологии дают следующие преимущества:

1. Экономия времени и денег на покупку, внедрение ПО;
2. Экономия на серверах, которые бы пришлось покупать заказчику в случае установки стандартного ПО;
3. Возможность использовать систему где угодно, по сути, сервис становится виртуальным;
4. Возможность поддерживать территориально удаленные офисы, если таковые имеются.

Облачные технологии в туризме – одно из самых новых направлений. Если за рубежом «облака» уже активно используются, то в России на них переходят пока только единицы.

Рассмотрим, как выгоды для туристической компании дает использование cloud computing:

1. Единое online-хранилище всех данных;
2. Доступность из любой точки мира в любое время;
3. Мгновенный поиск информации для туриста и партнера без привлечения менеджера;
4. Возможность проведения маркетинговых исследований;
5. Широкие возможности по составлению статистических отчетов;
6. Мгновенные запросы на бронирование услуг (отелей, автомобилей и т.д.);
7. Возможность создания личного кабинета менеджера, туриста или партнера;
8. Система резервного копирования данных.

Малые и средние туристические фирмы могут без труда перейти на «облако», для крупных туристических фирм это должно быть крупным проектом, требующим детальной реализации.

Если говорить о стоимости облачных технологий, то она очень привлекательна. Например, абонентская плата системы Columbus составляет от 499 р./месяц. Для примера, МастерТур: 1 раб. место – 10 000 р./месяц, СамоТур: 3 раб. места – 230 000 р.

Есть, конечно, у «облаков» и минусы:

1. Недостаточная безопасность;
2. Не всегда «облака» хорошо обслуживаются;
3. Сложности с интеграцией с теми системами, которые уже работают в туристической фирме.

Пример эффективного отраслевого решения в облаке продемонстрировала облачная лаборатория Dero Computers. Своему клиенту, (чартерной компании Yacht Voyage), которая занимается организацией отдыха на яхтах и катамаранах класса люкс, она предложила бизнес-платформу для сезонного увеличения количества рабочего персонала, повышения доступности сайта и организации хранилища данных, предназначенного для совместной работы сотрудников из любой точки мира.

Это лишний раз доказывает, что без облачных решений современным туристическим компаниям трудно оставаться на плаву.

Список использованных источников

1. Мутаева К. Облака спешат на помощь. О применении облачных технологий в компаниях малого и среднего бизнеса. – Эл. доступ: <http://naar.ru/articles/oblaka-speshat-na-pomoshh-o-primenenii-oblachnyh-tehnologij-v-kompanijah-malogo-i-srednego-biznesa>

УДК 355.233.22

Кайлер Виктория (Республика Казахстан, г. Павлодар, Инновационный Евразийский университет)

Victoriya Kyler (Kazakhstan Republic, Pavlodar Innovative University of Eurasia)

Научный руководитель: магистр педагогики Чернышова О.В.

ИССЛЕДОВАНИЕ ОТНОШЕНИЯ СТУДЕНТОВ ВУЗА
К ЗАНЯТИЯМ ПО ФИЗИЧЕСКОМУ ВОСПИТАНИЮ
THE RESEARCH OF THE ATTITUDES OF UNIVERSITY STUDENTS
TOWARDS PHYSICAL EDUCATION LESSONS

Физическая культура личности проявляется в отношении человека к своему здоровью, физическим возможностям и способностям, в образе жизни и профессиональной деятельности и предстает в единстве знаний, убеждений, ценностных ориентаций в их практическом воплощении [1].

В связи с этим изучение отношения студентов к физической культуре является одной из актуальных проблем учебно-воспитательного процесса, дальнейшего развития и расширения физкультурно-оздоровительной работы в высшем учебном заведении.

С этой целью в сентябре 2013 года с помощью анкетирования нами было проведено социологическое исследование, в котором приняли участие 64 девушки и 58 юношей первого и второго курсов Инновационного Евразийского университета. Анкета, включала в себя 9 вопросов, отражающих самооценку здоровья студентов, их потребности, интересы и мотивы при выборе вида двигательной деятельности в рамках самостоятельных и учебно-тренировочных занятий.

Несмотря на то что все респонденты относились к основной медицинской группе (основное учебное отделение), лишь 39% из них оценили свое здоровье как хорошее и отличное (32 и 7% соответственно), 61% – как удовлетворительное.

Среди источников информации о влиянии физической культуры на организм и здоровье человека исследуемые определили следующее: 78% студентов наиболее часто получают информацию на занятиях от преподавателей и 22% – знакомятся с ней из специальной литературы, при этом девушки в основном знакомятся с информацией, позволяющей поддерживать в хорошем состоянии фигуру.

На вопрос «Занимаетесь ли Вы физической культурой дополнительно?» 7% девушек и 11% юношей ответили, что регулярно посещают спортивные секции и спортивные клубы, 50% занимаются самостоятельно, но не регулярно, 9% опрошенных не видят необходимости в занятиях физической культурой вообще. Более трети студентов (33%) осознавая важность занятий дополнительно, тем не менее, ограничиваются лишь уроками физического воспитания, да и то посещают их не регулярно.

Таким образом, почти у половины студентов (42%) отсутствует дополнительная двигательная активность, что может отразиться как на их самореализации, способности к созданию семьи и деторождению, активном долголетии, так и на их учебной и профессиональной деятельности.

Одним из факторов, препятствующим систематическим занятиям физической культурой, 57% исследуемых отмечают нехватку времени, объясняя это тем, что много усилий они прилагают на подготовку к занятиям в университете. На усталость, лень и нежелание заниматься указали 20% опрошенных, отсутствие навыков и привычки к занятиям – 18% и только 5% испытуемых не занимаются дополнительно физической культурой по причине нехватки денежных средств. Полученные данные еще раз подтверждают тот факт, что занятия физической культурой в иерархии ценностей общественного сознания находятся, к сожалению, не на лидирующих позициях.

Согласно результатам проведенного исследования, выяснилось, что занятия физической культурой полностью удовлетворяют потребности 75% юношей и 64% девушек. Удовлетворённость складывается из обеспеченности спортивных сооружений необходимым инвентарём и качеством работы преподавательского состава.

Однако следует обратить внимание на то, что 36% девушек указали на частичное удовлетворение своих потребностей. У них наблюдается неудовлетворенность содержанием занятий по физическому воспитанию, что может негативно сказаться на посещаемости занятий, снижении двигательной активности студенток и, как следствие, ухудшении их здоровья.

Анализ мотивов к занятиям физической культурой показал, что 43% респондентов сделали выбор в пользу улучшения своей фигуры, 41% главным мотивом для себя определили желание укрепить собственное здоровье. Другие мотивы, побуждающие заниматься физической культурой, представлены следующим образом: 13% – стремление к эмоциональной разгрузке, получению положительных эмоций и общению; 3% – желание развивать физические качества и осваивать различные двигательные умения и навыки.

При выборе вида двигательной деятельности 52% девушек свое предпочтение отдали современным видам оздоровительной гимнастики (шейпинг, аэробика, степ-аэробика, фитбол, Пилатес, йога и др.), затем следуют спортивные игры – 38%, далее единоборства и циклические виды спорта – по 5% соответственно. У юношей наблюдалось следующее соотношение:

45% – спортивные игры,

36% – атлетическая гимнастика,

12% – единоборства и 7% циклические виды спорта.

Список использованных источников

1. Кондаков В.Л. Управление формированием направленности личности студента на занятиях физической культуры /В.Л. Кондаков, С.В. Гончарук // Теория и практика физической культуры. – 2007. – №9. – С. 15.

УДК [338.48:61]:34(574)

Какишева Акмарал (Республика Казахстан, Евразийский национальный университет им. Л.Н.Гумилева)

Akmaral Kakisheva (Republic of Kazakhstan, L.N. Gumilyov Eurasian National University)

Научный руководитель: к.э.н., доцент Балгабаева В.Т.

ПРАВОВЫЕ ФАКТОРЫ РАЗВИТИЯ МЕДИЦИНСКОГО ТУРИЗМА
В КАЗАХСТАНЕ
LEGAL FACTORS OF DEVELOPMENT OF MEDICAL TOURISM
IN KAZAKHSTAN

В глобальной индустрии туризма медицинский туризм воспринимается как новый источник валютного дохода через поощрение трансграничных потоков пациентов. Положительный вклад медицинского туризма в национальную экономику, особенно в странах формирующегося рынка, является одной из причин пристального внимания правительства на данную отрасль туризма. Значительное влияние на развитие медицинского туризма оказывают политико-правовые факторы: политическая обстановка в мире в целом и в Казахстане в частности; политика открытия границ для медицинских путешествий; смягчение административного контроля в сфере туризма; унификация налоговой и денежной политики.

Важнейший вопрос развития медицинского туризма уже затрагивался Главой Государства в Послании Президента РК Н.Назарбаева от 2014 года «Стратегия - 2050: Единая цель. Единые интересы. Единое будущее», но для более конкретных мер следует разработать «Национальную концепцию развития медицинского туризма», предусматривающую вопросы наращивания экспорта медицинских услуг. Также возможно применение опыта стран Евросоюза, в них была создана Комиссия трансграничных медицинских путешествий по разъяснению прав пациентов, получивших помощь в странах ЕС.

В росте медицинского туризма в развивающихся странах очевиден значительный прогресс, особенно после внедрения мощных стимулов различными государственными организациями. Как пример, можно привести рекомендацию по созданию специального законодательства для медицинского туризма, так как данная отрасль затрагивает два сложнейших аспекта государственной политики. Дело касается как специального закона, покрывающего финансовые вопросы и налогообложение, совершенствование кадров, пребывания иностранных пациентов и качественного профессионального лечения, так и вопрос создания специальных медицинских виз высшего приоритета, выдаваемых в первоочередном порядке. Необходимой мерой также является формирование специального департамента медицинского туризма при Министерстве здравоохранения РК или Министерстве индустрии и новых технологий РК, отвечающего за интернациональные медицинские услуги, а также ведущего статистику прибытий и уровень их доходности. Далее к вопросу о субсидировании медицинского туризма. С целью развития медицинского туризма государство может позволить себе выдавать субсидии на прохождение

аккредитации и сертификации специализированных клиник, заинтересованных в пациентах из-за рубежа, что в свою очередь приведет к увеличению числа международно-аккредитованных клиник, следовательно, повысит популярность и востребованность Казахстана на рынке медицинского туризма. Ключевым этапом развития медицинского туризма является международное медицинское сотрудничество путем более активного участия Казахстана в Международном Форуме медицинского туризма, Международной выставке медицинского туризма – Healthcare Travel Expo, в Международном конгрессе медицинского туризма стран СНГ.

Как вариант привлечения медицинских туристов можно рассмотреть опыт Южной Кореи, которая берет на себя страховые риски по медицинскому обслуживанию иностранцев. Данная мера позволит поднять уровень доверия к Казахстану как евразийскому центру медицинского туризма. По примеру Филиппин можно создать свободную экономическую зону для развития медицинского туризма. Создание благоприятных условий для инвесторов, а также организация соответствующей инфраструктуры в парке медицинского туризма и центре медицинского туризма. Предоставляя частным клиникам и предпринимателям широкие возможности выхода на международный рынок, правительство может надеяться на более быстрое развитие медицинского туризма в стране. Также следует заметить, что медицинский кластер АО «Национальный медицинский холдинг» является возможной первой организацией, использующей данную возможность. Сотрудничество клиник Казахстана через туристских операторов с иностранными клиниками под контролем государства приведет к значительному росту туризма по выгодным для всех сторон условиям. Сформированные пакеты медицинского туризма смогут расширить сегмент иностранных туристов, готовых приехать в Казахстан.

Первоочередная роль государства заключается в создании мощного потенциала здравоохранения страны. А медицинский туризм может вывести его на качественно новый уровень. Казахстан, избрав одним из приоритетных отраслей экономики туризм, может пойти по пути развития экспорта медицинских услуг в комплексе с развитием общественного здравоохранения, что приведет к успеху, обусловленному государственным стимулом и инициативой.

Список использованных источников

1. Дурович А.П. Маркетинговые исследования в туризме - Учебное пособие. - СПб: Питер, 2008. - 384 с.
2. Jason Behrmann. Top 7 Issues in Medical Tourism: Challenges, Knowledge Gaps, and Future Directions for Research and Policy Development, Global Journal of Health Science -University of Montreal, Canada, 2010.-11p
3. Марченко О.Г. Мировой медицинский туризм смещается в страны АТР. Аналитический обзор. Владивостокский государственный университет экономики и сервиса
4. Krista Wendt. Medical Tourism: Trends and Opportunities -University of Nevada: Las Vegas ,US, 2012.-60p

НЕКОТОРЫЕ АСПЕКТЫ ОРГАНИЗАЦИИ КОСПЛЕЙ-ФЕСТИВАЛЕЙ SOME ASPECTS OF THE COSPLAY-FESTIVAL'S ORGANIZATION

В настоящее время организация фестивалей является самым активно развивающимся направлением событийного туризма. Один из новых видов фестивалей, набирающий популярность среди подростков и молодежи – это косплей-фестивали (от англ. «costume play» – «костюмированная игра»). Сравним ставший традиционным в Беларуси формат проведения косплей-фестивалей (на примере «Ежегодного белорусского фестиваля восточноазиатской культуры Хиган», проводимого в концертном зале «Минск») и его основные организационные моменты с альтернативным форматом проведения подобных мероприятий, основанном на опыте зарубежных стран [1].

Хиган по своей сути является неким подобием концерта, в котором участники выступают на сцене, а зрители сидят на заранее определенных местах в зрительном зале; он имеет расписанную по времени программу выступлений участников в различных номинациях и перерывов, когда зрители могут посетить размещенные в холлах различные выставки и приобрести тематическую продукцию [2]. Другой формой проведения косплей-фестиваля представляется лаунж (от англ. «lounge» – «гостиная», «холл»; «праздное времяпрепровождение») – формат проведения фестиваля, в котором как зрители, так и участники свободно перемещаются по залу, в котором в определенном порядке располагаются сцены, точки продаж, выставочные стенды и проч. Проведем анализ по основным организационным моментам.

1. Место проведения. Преимуществом концертного зала является наличие фиксированных мест по билетам. Это упрощает работу организаторов по определению количества билетов для продажи зрителям. Во время же лаунжа фиксированных мест нет, что осложняет расчет оптимального количества посетителей, а так же отсутствие гарантии, что зрителю достанется удобное место.

2. Программа. В программе Хигана каждая конкурсная номинация разделяется на блоки, которые перемешиваются между собой, чтобы «зритель не скучал». Однако, зачастую, из-за постоянной смены различных по своей сути выступлений теряется зрительский интерес. К тому же, кому-то из гостей будет интересна только какая-то определенная номинация. При проведении лаунжа конкурсы по номинациям можно проводить в разное время и разных местах или же в разных местах зала одновременно, что позволит зрителям посмотреть то, что им интересно, перемещаясь от одного места действия к другому.

3. Перемещение. Как мы отметили ранее, в зале места зафиксированы, и зритель практически весь фестиваль проводит сидя. Он может покинуть зал на не

интересующих его выступлениях, но это создаст множество неудобств как него самого, так и для других зрителей. Лаунж же подразумевает свободное перемещение по территории фестиваля. Если зритель не заинтересован в просмотре одного действия, он может переместиться к месту проведения другого, либо перейти к стендам и точкам продаж.

4. Помещения для участников. В зависимости от выбранного места для проведения фестиваля в форме лаунжа могут возникнуть некоторые проблемы с организацией гримерных – если нет предназначенных для этого помещений, придется искать альтернативу, тогда как в концертных залах всегда имеются специальные помещения.

Так же в концертных залах за сценой всегда имеется закулисы для нахождения участников, тогда как во время лаунжа сцены как таковой может и не быть (может быть только обозначена территория для выступления), что может осложнить подготовку к номеру.

5. Аппаратура. Так же при проведении лаунжа могут возникнуть сложности с подготовкой аудио-, видео- и осветительной аппаратуры в связи с тем, что могут быть организованы несколько мест выступлений в основном зале, к тому же, это может быть не сцена, а ее подобие или просто обозначенное место. Однако сейчас существует техника, приспособляемая к таким условиям, и при должной организации данная проблема легко решается.

6. Точки продаж. На косплей-фестивалях организовывается множество выставок и точек продаж тематической продукции. В случае Хигана (и концертного зала) они размещаются в холлах, где зачастую не хватает места для представления всех работ, а при больших потоках зрителей возникают очереди. При проведении лаунжа размещение стендов берется за основу планирования зала и самого мероприятия, ведь для организации места выступления не обязательна большая сцена. Тоже самое касается и организации питания.

В концертном зале Минск работает несколько кафе, однако этого не достаточно при таком количестве людей, к тому же эта форма обслуживания не очень удобна. При лаунже, наравне со стендами и точками продаж тематической продукции, возможна организация различных форм кейтеринга, а так же мастер-классов представителей ресторанов азиатской кухни.

Проведение той или иной формы фестиваля имеет ряд своих плюсов и минусов. Сложно говорить, которая из этих форм лучше, так как только одна из них опробована практически (именно для косплей-фестивалей), поэтому необходимо организовать фестиваль по другой, альтернативной форме для того, чтобы определить более удобную и эффективную.

Список использованных источников

1. Косплей [Электронный ресурс] / Субкультуры – неформальные движения молодежи. – 2014. – Режим доступа: <http://www.subcult.ru/cosplay>. – Дата доступа: 20.10.2014.
2. История фестиваля [Электронный ресурс] / Хиган – фестиваль современной молодежной восточноазиатской культуры. – Минск, 2014. – Режим доступа: <http://higan.org/category/fest/history>. – Дата доступа: 20.10.2014.

УДК 338.48(574.24-22)

Кенжебеков Ернур (РК, Евразийский Национальный Университет им. Л.Н. Гумилева)

Kenzhebekov Yernur (Republic Kazakhstan, L.N. Gumilyov Eurasian National University)

Научный руководитель: д.э.н. Сыздыкбаева Б.У.

АГРОТУРИЗМ КАК РАЗВИТИЕ СЕЛЬСКИХ ТЕРРИТОРИЙ АМОЛИНСКОЙ ОБЛАСТИ

DEVELOPMENT OF AGRITOURISM IN RURAL AREA AKMOLINSK'S REGION

В Казахстане до последнего времени в общественном мнении, государственной политике и науке, к сожалению, доминировал узкий подход к определению роли и значения развития сельских территорий. В целом понятия «развитие сельских территорий» и «развитие сельского хозяйства» рассматривались как тождественные, соответственно роль и значение сельской местности для страны сводились лишь к обеспечению продовольствием и сельскохозяйственным сырьем.

Не умаляя важности этих и других экономических функций села, хотелось бы обратить внимание на то, что стратегическое значение политического, социально-культурного, экологического и рекреационного аспектов развития сельских территорий для страны, как в теории, так и на практике не учитывается в должной мере. В современных условиях это недопустимо в силу двух обстоятельств. Во-первых, вследствие объективного характера многофункциональности сельских территорий и особой значимости их для политического и социально-экономического развития общества. Каждая функция может быть адекватно понята и эффективно реализована лишь в том случае, если она рассматривается в системной связи с другими функциями в контексте реализации единой стратегии государственного развития.

Во-вторых, складывающаяся ситуация в стране (демографический и экологический кризисы, снижение качества жизни и человеческого потенциала, упадок деревень и опустошение сельскохозяйственных угодий) создает угрозы для общенационального развития. Поэтому стратегический подход к решению хозяйственных проблем села может быть выработан лишь исходя из приоритетности развития сельских территорий в целом.

В последнее время интерес к Казахстану, как государству с большим туристским потенциалом, значительно возрос во всем мире, и соответственно, из года в год увеличивается спектр услуг, предоставляемых местными туроператорами для привлечения большого количества путешественников. Перспективный анализ агротуризма в Республике Казахстан, даёт основание утверждать, что государство обладает огромным потенциалом для его развития. В этом плане главная роль принадлежит особо охраняемым природным территориям. Анализ социально-экономического развития сельских территорий Акмолинской области говорит о необходимости поиска новых видов экономической деятельности, для привлечения в них населения.

В структуре доходов при использовании всего спектра ресурсно-производственного потенциала сельских территорий, в основном преобладают доходы от сельскохозяйственного производства – 45%. Несельскохозяйственное производство – 19%. Доля других видов дохода в целом по республике составляет: от личного подсобного хозяйства - 8%; социальной сферы – 19%; от собственности – 1%; от социальных трансфертов – 13% и прочих доходов – 5%.

Одним из приоритетных направлений развития региона является сельскохозяйственное производство. В 2013 году доля сельского хозяйства в структуре валового регионального продукта равнялась 19,3%.

Акмолинская область обладает необходимым потенциалом для становления и развития аграрного туризма. В большей степени рекреационные ресурсы расположены в Коргалжинском, Зерендинском, Щучинском, Енбекшильдерском, Ерментауском, Атбасарском районах. По состоянию на начало 2013 года в Акмолинской области насчитывается 15 особоохраняемых природных территорий, общая площадь, занимаемая ими, составляет 828,2 тысячи га, из них 27 % - площадь покрытая лесом, 26 % площадь занятая водоемами. За 2009 – 2013 годы средняя списочная численность работников природоохранных учреждений составляла 850 человек, средняя численность работников, занятых организацией услуг для посетителей - 25 человек. В среднем ежегодно за анализируемый период природоохранные территории посещали свыше 144 тысяч человек. Средний ежегодный доход ООПТ Акмолинской области за период 2009 – 2013 годы получился равным 16,5 миллионов тенге, тогда как расходы в среднем за год за анализируемый период составили 5,8 миллионов тенге, что говорит о положительной хозяйственной деятельности предприятий особоохраняемых природных территорий. Потенциальный экономический эффект от развития агротуризма для жителей сельских территорий весьма значителен. Неограниченный диапазон предоставления таких услуг, как проживание, питание, отдых и досуг, даёт возможность получить доход каждому участнику туристского процесса в сельской местности. К примеру, если экономически ослабленные поселки превратить в агротуристический пояс, как предлагают ученые Евразийского университета. Суть в том, чтобы создать дополнительные точки роста туризма.

Таким образом, международный опыт и предварительные экономические оценки показывают целесообразность и высокую потенциальную эффективность развития агротуризма в Акмолинской области Республики Казахстан.

Список использованных источников

1. Мынжанов Б. Инновационный прорыв «Казахстанского барса» // Страна и мир, 2006, № 12.
2. Назаров К. Кластерная инициатива в Казахстане // Рынок ценных бумаг, 2005. № 7.
3. Никитинский С. Отдых – дело тонкое // Казахстанская правда, 2005, 11 марта.
4. Нурашев Т. Акклиматизация инвестора // Казахстанская правда 2007, 6 февраля.

УДК 338.484

Кириллова Анна (РБ, Белорусский государственный университет физической культуры, Институт туризма)

Kirillova Anna (Republic of Belarus, Belarusian State University of Physical Culture, Institute of Tourism)

Научный руководитель: к.п.н., доцент Филипович И.В.

РУИНЫ КАК ОБЪЕКТ ТУРИЗМА:
РЫЦАРСКАЯ ГРЕЗА КОССОВСКОГО ДВОРЦА
RUINS AS OBJECT OF TOURISM:
KNIGHTLY DREAM OF THE KOSOVAN PALACE

Дворцы и замки – самые посещаемые туристические объекты Европы. Многие европейские государства, получившие независимость в XX веке, сделали эту часть наследия весьма доходной и востребованной. Так замки и дворцы магнатов Польши, Словакии, Чехии, Македонии получили вторую жизнь за счет использования их как привлекательных туристических объектов. Существуют такие объекты и в Беларуси. Это родовые гнезда великих дворянских родов: Радзивилов, Сапег, Чарторыжских, Пусловских.

Рыцарской грезой называют Коссовский дворец – памятник архитектуры первой половины XIX века. Воздвигнутый на родине знаменитого белоруса руководителя национально-освободительного восстания 1794 года, национального героя Америки и Польши, почётного гражданина Франции Тадеуша Костюшко в урочище Меречевщина [1]. Он расположен в Коссово – небольшом городке на юге Беларуси (Брестская обл., Ивацевичский район, г. Коссово), чьи окраины таят 500-летнюю историю.

Косовский дворец – выдающийся и редкий на белорусских землях пример английской неоготики. Его зубчатые башни напоминают о временах рыцарства, но сделаны исключительно как декоративный элемент. Не зря его называли «рыцарской грезой»: готика предусматривала некоторую романтическую окраску. 12 зубчатых башен символизировали количество месяцев, а 4 центральные – хлебные месяцы. Пусловские не собирались обороняться во дворце от врагов, поэтому бойницы были всего лишь кокетливым архитектурным ходом [2]. Террасный парк, окружающий дворец, и аллея, ведущая к главному входу, создают впечатление крупного дворца, такого как Версаль. В данное время это строение находится в руинном состоянии, но судя по сохранившимся фото и иллюстрациям, дворец Пусловских, действительно, отвечал всем признакам дворца: форма внутреннего двора, регулярный парк, подъездная аллея и пр. Со временем дворец может стать интересным туристическим объектом нашей страны [2].

Интересна история дворца. Граф Пусловский намеренно выбрал место для своего дворца именно в Косово. Поскольку всего в 1,5 км от него находилось (и находится сейчас) усадьба дворян Костюшек. Так дворец и скромная усадьба объединились в один дворцово-парковый комплекс [2]. Его проектом занимался известный варшавский архитектор Францыск Ящолд. Строение состояло из дворца, четырех ворот, террас, аллей и нескольких водоемов. При этом главное

здание стояло на самом высоком месте, поэтому панорама с него открывалась удивительная.

В 1914 году дворец был полностью разграблен, а во время Великой отечественной войны его подожгли советские партизаны, пытаясь таким образом воспрепятствовать созданию фашистской засады на территории некогда процветавшего имения. Во времена Первой мировой войны из дворца Пусловских пропала коллекция редких рукописей, исчезли скульптуры, картины, драгоценности. Погибли сад и оранжерея, от которой до наших дней сохранились только роскошные кусты сирени и боярышника. Затем дворец, проданный за карточные долги, переходил из рук в руки, вплоть до 1939 года, пока не стал принадлежать государству. В это время во дворце размещались окружная управа и школа пчеловодов. В 1942 году дворец горел целых 10 дней и оставшиеся руины – это и есть его современное состояние.

Во дворце было более 100 комнат. В одной из них, как свидетельствуют некоторые историки, был стеклянный пол, под которым размещался аквариум с плавающими рыбками. Также дворец славился роскошными залами: в Белом – гости танцевали на шумных балах, в Черном – играли в карты, в Розовом – музицировали. Дворец славился своей библиотекой, где хранились более 10 тысяч книг. Существует несколько легенд о дворце:

1) между дворцом Пусловских и сапеговским дворцом в Ружанах существовал подземный ход длиной в 25 километров;

2) хозяева дворца содержали льва, который лучше всяких сторожей по ночам охранял их сон;

3) слева от главного входа на высоте двух метров стена сложена так, что если постучать по кладке даже слегка, весь замок издает гулкий звон, за что стену и прозвали музыкальной;

4) если встать на окно на втором этаже в восточном крыле сооружения и хлопнуть в ладоши, то звон от хлопка пройдет по всему дворцу. В данный момент проверка этих утверждений невозможна, т.к. между этажами отсутствует перекрытие.

Недавно специальная комиссия ЮНЕСКО признала Коссовский дворец перспективным объектом международного туризма. Сейчас взору путешественников доступны лишь стены дворца, практически разрушенного во время Великой отечественной войны. Вторую жизнь дворец должен обрести после начавшейся реконструкции, ставшей возможной после того, как Коссовский дворцово-парковый ансамбль был утвержден в качестве республиканского приоритетного объекта на проведение реставрации.

Список использованных источников

1. Коссовский дворец [Электронный ресурс]. – Режим обращения: <http://www.usebelarusy.by/ru/content/krayaglyady/24538/24539/25717> – Дата обращения: 11.09.2014.

2. Коссово. [Электронный ресурс]. – Режим обращения: <http://www.lisyonok.ru/kossovo.html> – Дата обращения: 11.09.2014

УДК 640.43

Коровина Мария (РФ, Пермский край, г. Чайковский, ФГБОУ ВПО Чайковский государственный институт физической культуры)

Maria Korovina (Russian Federation, Chaikovsky, Perm region, Tchaikovsky state Institute of physical education)

Научный руководитель: к.п.н., доцент Кугушева Т.В.

ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ РАЗВИТИЯ РЕСТОРАНОВ
НАЦИОНАЛЬНОЙ КУХНИ В МАЛЫХ ГОРОДАХ
THEORETICAL ASPECTS OF DEVELOPMENT
THE NATIONAL CUISINE RESTAURANTS IN SMALL TOWNS

На сегодняшний день очень сложным и интересным вопросом, заслуживающий особого внимания является вопросо формате тематического ресторана национальной кухни.

Рестораны национальной кухни – во многом беспроигрышный вариант организации бизнеса, т.к. они становятся не просто местом для обеда или ужина, а особым островком для любителей путешествий и приверженцев здорового питания. Через кухню определенной страны посетители приобщаются к новой неизведанной культуре, совершают своеобразное гастрономическое путешествие, впечатления от которого формируют блюда [2].

Ресторатору, который решил развивать свой ресторан в данном направлении, нужно с большой ответственностью подходить к выбору концепции, так как мелочей здесь не бывает. Самое главное, стремиться к неповторимости во всем: стиле, дизайне, меню и т.д. Актуальность данной темы обусловлена активным развитием ресторанов национальной кухни, как в столице, так и в регионах. В провинциальных городах России рестораны такой направленности представляют особый интерес и для посетителей и для самих рестораторов.

Рестораторы, принимая решение об открытии ресторана национальной кухни, стремятся облегчить его позиционирование на рынке, завоевать определенную целевую аудиторию и повысить конкурентоспособность своего бизнеса. Но создавая ресторан данной направленности, рестораторы должны быть готовы к столкновению с такой проблемой как подбор квалифицированного в этой области персонала.

Основной проблемой остается поиск шеф-повара, так как он занимается не только разработкой меню, но и на начальном этапе может помочь выбрать оборудование, укомплектовать персонал кухни, проанализировать актуальность концепции и перспективы. При привлечении шеф-повара в малый город достаточно эффективным может быть приглашение на работу профессионалов из столицы или других развитых территорий РФ: Москвы, Санкт-Петербурга, Екатеринбурга и др. Многие кандидаты готовы поехать для открытия и реализации интересного ресторанного проекта в регион на временный период, чтобы за 6-9 месяцев обучить персонал и «поставить» кухню [1].

При поиске квалифицированного персонала для редкой национальной кухни может оказаться так, что знающих и практикующих эту кухню вообще нет

в России, либо количество таких специалистов ограничено. В данном случае поиск может затянуться на неопределенный срок, а стоимость подбора может оказаться в несколько раз выше [2].

При открытии ресторана национальной кухни в малых городах нужно учитывать одну из главных особенностей: недостаточно максимального приближения обстановки и дизайна ресторана к нужному колориту, сама кухня и уровень обслуживания должны соответствовать европейским стандартам и подстроены под особенности русского менталитета.

Поэтому в малых городах наиболее перспективными являются рестораны японской и европейской кухни, так как, по мнению многих экспертов, при выборе популярных сегодня итальянской, французской или японской кухни, проблем с поиском специалиста будет меньше, чем с поиском шеф-повара для какой-то экзотической кухни (например, марокканской). Это оправдывается тем, что многие русские повара уже освоили популярные направления национальной кухни.

Список использованной литературы:

1. Журнал «HoReCa magazine». Обзор «Особенности национального отбора» [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.horeca-magazine.ru/article/76/>
2. Солдатенков Д.В., «Современный ресторан: новые форматы». – М., 2006.
3. Сайт компании «КЛЕН». Статья «Самые полезные кухни мира: что выбрать при открытии ресторана?!» [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.klenmarket.ru/company/article/4848/>

УДК 331.42

Котова Олеся (РФ, БФУ им. Иммануила Канта)

Olesia Kotova (Russian Federation, Immanuel Kant Baltic federal university)

Научный руководитель: Мутафчи Е.П.

НЕОБЫЧНЫЕ ГОСТИНИЦЫ МИРА UNUSUAL HOTELS OF THE WORLD

Место размещения во время путешествия играет большую роль в разработке тура и зависит от цели поездки. Во время деловых мероприятий выбирается гостиница соответствующая предполагаемому мероприятию. Во время познавательного тура, выбирается гостиница или хостел в центре города. Но, когда мы не связаны протоколом, то хочется чего-нибудь необычного. В этом нам помогают сами владельцы гостиниц. Многие привлекают гостей местом расположения гостиницы, другие необычным зданием или тематическими номерами.

Необычным местом расположения можно назвать отель «Green Magic Treehouses», который расположен в тропическом лесу, в индийской деревушке. Номера отеля расположены на деревьях на высоте 30 м. от земли. А, например, отель «Giraffe Manor» в Кении расположен на территории заповедника, где обитают жирафы. Жирафы свободно гуляют по территории отеля, и часто

заглядывают в окно гостей. Такие отели привлекают туристов, которые хотят быть ближе к природе.

В Швеции есть всем известный отель «Ice Hotel». Он ежегодно обновляется и сооружается из льда. Здание из льда и снега предлагает бар, ресторан, кинотеатр, церковь и даже художественную галерею.

Гостиница «McMenamins Kennedy School Hotel» находится в США. Это старая начальная школа, переделанная под отель. Здесь гость может вернуться на время в свои школьные годы. Номера напоминают классы, с доской и мелом, школьными партами. Также в гостинице имеется ресторан, кинотеатр и пивной завод.

К необычным гостиницам можно отнести и «Propeller Island». Это уникальный отель в Германии. Необычен он тем, что каждый номер имеет свою тематику, например, есть номер, сделанный в виде мрачного Средневековья, тюремной камеры, странного храма и т.д.. В одном номере вместо кровати – гроб, в другом номере вся мебель вверх ногами, а в место постелей – открытые люки. В номере воспроизводится музыка и шумы, в соответствии ее тематике.

В Австралии гости могут остановиться в необычной гостинице «Das Park Hotel». Гостиница представляет из себя переоборудованные водопроводные бетонные трубы.

Отель-тюрьма «Alcatraz» расположен в Германии. Отель построен в старом здании тюрьмы. Все номера в стиле тюремной камеры. Сохранены тюремные кровати, раковины и туалеты, а на окнах решетки. Душ общий и находится в коридоре. Гостям выдают полосатые пижамы. Такие гостиницы привлекают гостей, которые хотят почувствовать атмосферу той тематики, которая им близка.

Последнее время и в России появились необычные гостиницы. Например, в городе Светлогорск Калининградской области расположена гостиница «Дом сказочника». На ее территории расположен парк скульптур персонажей из сказок немецкого писателя Гофмана, а также макет города Кенигсберга. Гостиница «Sleepbox Hotel» в Москве, предлагает своим гостям вместо обычных номеров – слипбоксы, это капсулы для сна, оформленные как каюты космического корабля. Гостиница «Вилла Анна» расположена в Сочи. Здания гостиницы похоже на шотландский замок 16 века. Интерьер гостиницы соответствует данной эпохе. При входе гостей встречают рыцари в доспехах. В гостинице есть свой двор, где гуляют страусы и в бассейнах плавают золотые рыбки.

Необычные гостиницы не только предоставляют обычные услуги, но и привлекают своей уникальностью и оригинальностью. Остановившись в одном из таких гостиниц, отдых туриста будет незабываемым и необычным. Такой отель уже является достопримечательностью, и может развлечь туриста. В настоящее время рост интереса к таким отелям растет. Поэтому такой метод привлечения туристов в гостиницу является достаточно эффективным и прибыльным, нужно только найти свою тематику для гостиницы.

Список использованных источников

1. Самые необычные отели. URL: <http://thenordar.com/samie-neobichnie-oteli/> (дата обращения 2014.11.03).

2. Самые необычные отели России URL: <http://www.hotel58.ru/blog/93> (дата обращения 2014.11.01).
3. Необычные отели. URL: <http://wanderart.livejournal.com/30572.html> (дата обращения 2014.11.05).
4. Дом сказочника URL: <http://hoffmannhouse.ru/> (дата обращения 2014.11.04).
5. The world's most unusual hotels URL: <http://www.theguardian.com/travel/gallery/2013/> (дата обращения 2014.11.01).
- Jungle park. URL: <http://www.jungleparkresorts.com/htm/greenmagic.htm> (дата обращения 2014.11.01).
6. Jungle park. URL: <http://www.jungleparkresorts.com/htm/greenmagic.htm> (дата обращения 2014.11.01).
7. Ice Hotel. URL: <http://www.icehotel.com/> (дата обращения 2014.11.01).
8. McMenamins. URL: <http://www.mcmenamins.com/427-kennedy-school-home> (дата обращения 2014.11.01).

УДК338.48

Куликов Владислав (РФ, Донской государственный технический университет)

Kulikov Vladislav (Russian Federation, Don State Technical University)

Научный руководитель: к.г.н., доцент Карabanова И.В.

ВОЗМОЖНОСТИ ДЛЯ РАЗВИТИЯ ТУРИЗМА В УСТЬ-ДОНЕЦКОМ РАЙОНЕ OPPORTUNITIS FOR TOURISM DEVELOPMENT IN THE UST-DONETSK REGION

На сегодняшний день все виды туризма требуют развития в России. Для улучшения внутреннего туризма необходимо развивать не только в городской, но и сельской местности. Многие россияне даже не представляют где находится Усть-Донецкий район, однако он имеет все предпосылки для развития оздоровительного, познавательного и событийного туризма.

Усть-Донецкий район расположен в самом центре Ростовской области и граничит на севере с Белокалитвинским районом, на востоке - с Константиновским и Семикаракорским, на юге - с Багаевским и на западе - с Октябрьским районами. Его территорию обрамляют две крупнейшие реки Ростовской области - Дон и Северский Донец. Наибольшие возможности развития познавательного и событийного туризма имеет Пухляковский район [1].

С середины 90-х годов XX века на территории хутора регулярно находили изделия каменного и бронзового веков, а так же различные изделия казаков. С 1981 года археологическая экспедиция Ростовского государственного университета под руководством В.Я.Кияшко проводит исследование древнего поселения у подножия горы Маяк, что расположено на восточной окраине хутора. С 2006 года на этом поселении работают археологи РРОО «Донское археологическое общество» (г.Ростов-на-Дону).

Известны случаи нахождения предметов сопутствовавших жизни древнего человека и на территории самого хутора. Всякий раз после разлива донская вода вымывает на берег фрагменты керамики, почерневшие от времени кости. Их научная и производственная база располагается в бывшем лагере «Тихий Дон», расположенный на территории Пухляковской сельской администрации. Здесь же создаётся историко-этнографический комплекс «Затерянный мир». Развитие туризма происходит по следующим направлениям

1) История и археология

- Увлекательное путешествие в прошлое, где на "Тропе истории" Вы побываете в поселках каменного и бронзового веков, посетите хижины, святилища и мастерские первобытных людей, а в древнем кургане приобщитесь к таинствам обрядов и верований наших далеких предков;

- Интерактивные программы помогут Вам овладеть навыками и умениями древних охотников, рыбаков, кочевников;

- Эксклюзивный проект "Школа юного археолога" с участием детей в раскопках.

2) Этнографический туризм:

- Проект "Казачья станица" позволит погрузиться в этническую среду Донского казачества.

- Военное дело - реконструкция элементов боевой истории казачества (оборона редута, поединки и т. п.);

- Фольклорная программа – песни, праздники, обряды, игры;

- Повседневная жизнь казачьей семьи;

- Кулинария: традиционные казачьи блюда, напитки.

3) Экологический туризм:

- Ландшафтный маршрут на г. Маяк (неповторимые виды на долину Дона), чаепитие на лесном биваке;

- Лодочные экскурсии по р. Дон с посещением островов, памятных и достопримечательных мест.

- Сеньор Робинзон - маршрут на необитаемый остров Гостевой. Ночлег на лесном бивуаке.

Идея состоит в создании своеобразного музея под открытым небом совмещенным с базой отдыха. Дети будут отдыхать две недели на берегу Дона, в местности исключительной по ландшафтному своеобразие и историко-этнографическому колориту – это старейшие донские станицы и хутора (ст. Раздорская, ст. Мелиховская, х. Пухляковский). Непосредственно на территории лагеря, наряду с инфраструктурой для отдыха, воссоздадут жилые и хозяйственные комплексы различных исторических периодов – поселки каменного и бронзового веков, древний курган, казачий редут, которые образуют своеобразную «Тропу истории». Реконструируют интерьеры древних жилищ, орудия труда, предметы быта. Организуют учебный музей. Дети получают возможность непосредственного участия в «исторических» событиях, они осваивают древние ремесла, получают представление о материальной и духовной культуре предшествующих эпох, участвуют в археологических раскопках, исследуют

богатый природный мир Донского края. Работа будет организовываться высококвалифицированными учеными-историками и преподавателями. Но детский отдых летом – это прежде всего отдых. Поэтому приобщение детей к историческому и природному наследию района происходит в форме игровых интерактивных программ – с избеганием традиционных для школьного образования форм работы.

Список использованных источников

1. Туризм в Официальной главы администрации Усть-Донецкого района. [Электронный ресурс] – Режим доступа. -URL: <http://ustland.ru/ct-menu-item-2/turizm> (дата обращения 2.11.2014).

УДК 338.484.6:615.83

Лыпко Артём (РБ, Белорусский государственный университет физической культуры)

Artem Lypko (Republic of Belarus, Belarusian state university of physical culture)

Научный руководитель: Абраменко А.А.

РАЗВИТИЕ ЛЕЧЕБНО-ОЗДОРОВИТЕЛЬНОГО ТУРИЗМА В РЕСПУБЛИКЕ БЕЛАРУСЬ

DEVELOPMENT OF HEALTH TOURISM IN THE REPUBLIC OF BELARUS

Путешествия с лечебными целями имеют давнюю историю. Еще древние греки и римляне использовали целебные источники и места с благоприятным климатом для того, чтобы поправить свое здоровье. На курорты прибывали не только больные, но и здоровые люди, желавшие отдохнуть и располагавшие для этого достаточными средствами. В Греции славились Эпидавр и Кос, а в Риме знаменит был светский приморский курорт Байи.

Менялись времена, но мотивация путешествий оставалась прежней. Целебные свойства природных факторов, как и раньше, привлекают больных в курортные местности. Потоки туристов с лечебными целями пока не так многочисленны, как масса желающих отдохнуть и развлечься, но они стремительно растут, расширяется их география [1].

Что же такое лечебно-оздоровительный туризм? Лечебно-оздоровительный туризм, как вид экологического туризма, представляет собой разновидность санаторно-курортного лечения и рассматривает организацию оздоровления населения с точки зрения технологии путешествия [2].

Лечебно-оздоровительный туризм имеет ряд отличительных черт. Во-первых, пребывание на курорте, вне зависимости от типа последнего и заболевания, должно быть длительным, не менее трех недель. Только в этом случае достигается желаемый оздоровительный эффект. Во-вторых, лечение на курортах стоит дорого. Хотя в последнее время стали разрабатываться сравнительно дешевые туры, этот вид туризма рассчитан в основном на

состоятельных клиентов, которые все больше ориентируются не на стандартный набор медицинских услуг, а на индивидуальную программу лечения. Еще одна особенность состоит в том, что на курорты едут люди старшей возрастной группы, когда обостряются хронические болезни или слабеющий организм не в силах справляться с каждодневными стрессами на работе и в быту. Соответственно эти туристы делают между курортами, специализирующимися на лечении конкретного заболевания, и курортами смешанного типа, которые оказывают общеукрепляющее воздействие на организм и способствуют восстановлению сил [1].

Республика Беларусь располагает огромным потенциалом для развития данного вида туризма. Для людей, желающих с пользой для здоровья провести отпуск в Беларуси, существует множество предложений по организации отдыха и оздоровления в санаториях и здравницах. Белорусские санатории расположены в самых живописных уголках страны – сосновых борах, на берегах рек и озёр, где целительной является даже природа сама по себе. Умеренно – континентальный климат Беларуси с мягкой и влажной зимой и тёплым летом располагает к отдыху и оздоровлению круглый год. Комплекс климатических и природных лечебных факторов в Беларуси представлен источниками минеральных вод и месторождениями лечебных грязей. Последние могут быть сапропелевые, иловые грязи пресных озёр, торфяные. Они богаты целлюлозой, кислотами и микроэлементами, способствуют лечению ряда заболеваний.

Торфяные грязи представляют собой болотные отложения, формирующиеся при разложении растительных остатков в условиях избыточного увлажнения пресной или минеральной водой и ограничению доступа кислорода к торфообразователям. В Беларуси выявлено 39 видов торфа. Торфяные грязи используют, например, в детском санатории «Радуга», детском реабилитационно-оздоровительном центре «Пралеска». Лечебная ценность сапропелевых грязей связана, в свою очередь, с высокой влагоудерживающей способностью (до 85-97 %), тонким механическим составом, низкой минерализацией (водорастворимых солей менее 1г/л).

В Беларуси используются различные минеральные воды, которые оказывают большой лечебный эффект: гидрокарбонатные, сульфатные, хлоридные, бромные, радоновые и др. Минеральные воды используют для питьевого лечения, кишечного орошения, ингаляций и полоскания полости рта, лечебных ванн. Основные профили лечения санаториев Беларуси – заболевания органов дыхания, сердечно-сосудистой системы, опорно-двигательного аппарата, костно-мышечной и нервной системы и пр.

На границе с Литвой, в 17 км от курорта Друскининкай и в 30 км от Гродно, на берегу озера «Молочное» располагается санаторий «Поречье». Медицинский профиль санатория – лечение заболеваний органов пищеварения, костно-мышечной системы и соединительной ткани, цереброваскулярной патологии. На территории Докшицкого района Витебской области в 5 км от г.п. Бегомль расположен санаторий «Боровое». В санатории можно пройти курс лечения заболеваний сердечно-сосудистой системы, опорно-двигательного аппарата,

периферической нервной системы, органов дыхания, желудочно-кишечного тракта, гинекологических заболеваний.

У нашей страны есть ряд преимуществ перед другими странами, которые способствуют развитию лечебно-оздоровительного туризма: выгодное географическое положение и богатый природный потенциал, что в огромной степени способствует активному развитию лечебно-оздоровительного туризма. Эффективное использование имеющихся ресурсов приведёт к положительным результатам: улучшению состояния здоровья населения Беларуси и значительному вкладу в экономику страны.

Список использованных источников

1. Соколова М.В. История туризма / М.В. Соколова. – М.: Академия, 2004. – 123 с.
2. Биржаков М.Б. Введение в туризм / М.Б. Биржаков. – СПб.: Издательство торговый дом "Герда", 2000. – 292 с.
3. Лечебно-оздоровительный туризм в Беларуси /О.Н. Батян [и др.]; БГЭУ // Медицинские знания – 2013. – № 10. – С. 13-19.

УДК 379.8

Макшакова Юлия (РФ, Пермский край, г. Чайковский, ФГБОУ ВПО Чайковский государственный институт физической культуры)

Julia Makshakova (Russian Federation, Chaikovsky, Perm region, Tchaikovsky state Institute of physical education)

Научный руководитель: к.п.н., доцент Кугушева Т.В.

ОСОБЕННОСТИ РАЗВИТИЯ МОЛОДЕЖНОГО ТУРИЗМА FEATURES OF THE DEVELOPMENT OF YOUTH TOURISM

Молодежный туризм – это вид активного отдыха, когда молодежь предпочитает отдыхать компаниями с целью путешествия и желанием узнать мир. К молодежному туризму можно отнести следующие виды деятельности молодого населения: профильные лагеря, экскурсии, туристские соревнования и мероприятия, экстремальные виды деятельности в природной среде, к которым относятся спортивный туризм, альпинизм, скалолазание, спортивное ориентирование, рафтинг, и т.д.

Огромные перспективы, открывающиеся туристу в путешествии, дают возможность узнать историю, быт и культуру различных стран. Также это отличный способ завести множество друзей по всему миру, улучшить языковые навыки и узнать много нового [1]. Молодым людям во время путешествий часто делают скидки и бонусы, которыми они с удовольствием пользуются. Все это позволяет сэкономить на жилье, увеличив тем самым количество экскурсий.

Кроме того студенческие и молодежные льготы на транспорт очень привлекательны для них, так как основная доля расходов - это оплата транспорта.

Несомненно, молодёжный туризм необходимо развивать и совмещать его с прочими видами туризма для большей привлекательности молодежи, стремящихся вести активный образ жизни.

Создание инфраструктуры молодежного туризма решает достаточно много актуальных задач, таких как укрепление здоровья, получение качественного отдыха, повышение воспитательно-образовательного, культурного уровня посредством походов и путешествий; получение специального образования и работа в сфере туристского бизнеса.

Развитие молодежного туризма, как важной отрасли экономики, оказывает положительное влияние на развитие государства. Вкладывая средства в создание туристской инфраструктуры, государство получает от этого немалые доходы. Почувствовав вкус странствий в молодые годы, человек будет путешествовать всю жизнь, проводя свой отпуск не на даче, а в поездках по стране и миру, вкладывая в путешествия свои деньги и принося, тем самым, доход государству [3].

Примером молодежного туризма является Федеральный Центр Подготовки по Зимним Видам Спорта «Снежинка» (далее ФЦП по ЗВС «Снежинка») в г. Чайковский (Пермский край). Особенность развития данного центра состоит в том, что главный сегмент, на который направлена его деятельность – молодежь. Именно для них создаются и проводятся многочисленные экскурсии как на ФЦП по ЗВС «Снежинка», так и на лыжно-биатлонном комплексе.

Также несомненно важным является и то, что главным зрителем большинства всех соревнований и чемпионатов является молодое население города. Так и в других регионах нашей страны и зарубежья активно набирает обороты молодежный туризм. Например, близлежащими центрами данного туризма для молодых людей, проживающих в г. Чайковский, являются горнолыжные базы «Нечкино», «Чекерил», «Ашатли». Проводятся многочисленные мероприятия для студентов, такие как «Российский азимут», спуски по обрывистым берегам р. Кама, турслеты.

К настоящему моменту множество молодежи старается путешествовать. Это отличный способ проявить себя, открыть новый мир. Когда путешествовать, если не сейчас, ведь у студентов достаточно больше времени, нежели у взрослых людей, для студентов существует множество способов проявить себя в другой стране и увидеть мир [2].

Таким образом, необходимо развивать молодежный туризм, государство должно поддерживать такой важный вид туризма. Молодежь сама стремится к путешествиям, она находится в поисках незабываемых впечатлений, экстрима и выброса адреналина, стремится к активному образу жизни и познанию нового. Однако, несмотря на все вышесказанное, молодёжный туризм в России продолжает развиваться все большими темпами и перспективы здесь у нашей страны довольно высокие.

Список использованных источников

1. Александрова А.Ю. Международный туризм. - М.: Аспект Пресс, 2002. – 470 с.

2. Туристический сайт «ALL-BARR. Главный по туризму». Статья «Молодежный туризм» [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://www.all-barr.com/molodezhnui_turizm.

3. Сайт «Молодежный туризм в России» [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://mt.moy.su/index/molodezhnyj_turizm

УДК 379.845

Маркова Любовь (РФ, Пермский край, г. Чайковский, ФГБОУ ВПО Чайковский государственный институт физической культуры)

Lyubov Markova (Russian Federation, Chaikovsky, Perm region, Tchaikovsky state Institute of physical education)

Научный руководитель: к.п.н., доцент Кугушева Т.В.

ОСОБЕННОСТИ РАЗВИТИЯ ЭКОЛОГИЧЕСКОГО ТУРИЗМА В МАЛЫХ
ГОРОДАХ (НА ПРИМЕРЕ УДМУРТСКОЙ РЕСПУБЛИКИ)
FEATURES ECOLOGICAL TOURISM DEVELOPMENT IN SMALL TOWNS
(ILLUSTRATED UDMURT REPUBLIC)

На сегодняшний день достаточно остро стоит проблема экологии в мире. Как говорил американский филолог и литератор Мейсон Кули: «Человечество усердно перерабатывает природу в мусор».

По данным Федеральной службы государственной статистики Российской Федерации, объем образования отходов производства и потребления неуклонно растет с каждым годом. К 2013 году эти показатели в России достигли 5 млрд.т., тогда как еще в 2005 году они составляли 3 млрд.т. В результате этого растет и объем затрат на охрану окружающей среды. В 2013 году затраты в России составили 432 млрд. руб., что практически в 2 раза больше по сравнению с 2005 годом[3].

Однако загрязнение окружающей среды негативно влияет не только на бюджет государства, но и на здоровье и иммунитет каждого человека. Таким образом, экологическое составляющее необходимо развивать во всех регионах, где это возможно.

Одним из субъектов Российской Федерации, располагающим немалыми экологически-чистыми природными территориями, является Удмуртия.

В настоящее время на территории Удмуртской Республики насчитывается 309 особо охраняемых природных территорий федерального, регионального и местного значений. Среди них функционирующие природные парки «Шаркан» и «Усть-Бельск», национальный парк «Нечкинский», государственный природный заказник «Кокманский», государственный природный ботанический заказник «Андреевский сосновый бор» и некоторые другие заказники и охраняемые природные территории[2].

В состав Республики входит 6 городов, 5 посёлков городского типа и 2119 сельских населённых пунктов. Размышляя о развитии экологического туризма на

этой территории, можно отметить функционирующие оздоровительные комплексы и центры активного отдыха. Среди них горнолыжные центры «Чекерил» и «Нечкино», располагающие катками, лыжными и тюбинговыми трассами.

На территории национального парка «Нечкинский» проводятся акции здоровья, ведется научно-исследовательская и эколого-просветительская деятельность, ориентируемая на различные категории посетителей. В парке уже проводятся туры и экскурсии для туристов, желающих познать и исторический потенциал этих мест, потому как здесь немало памятников культуры, таких как Крещенская-Богоявленская церковь, Рычинская стоянка эпохи камня, Усть-Нечкинское, Дуванакское, Макаровское II городища раннего железного века.

Самыми безопасными, в экологическом понимании, можно назвать тропы лыжного («Лыжные кольца») и пешеходного («Дорогой предков») маршрутов. Их особенность состоит в том, что туристы делают отдых безопасным не только для себя, но и для окружающей среды. А существующие мероприятия и проводимые акции могут привлечь интересной программой посетителей, особенно следящих за собственным здоровьем.

Еще одни из туристических маршрутов, разработанных на территории данного парка – автомобильные маршруты «Сивинский», «Язевский», «Закамский», «Озеро Заборное» и «Галиевский», оборудованные парковками для транспортных средств, ящиками для мусора, местами отдыха. Они пролегают по живописным участкам леса и привлекают большое количество посетителей возможностью порыбачить на разнообразных водоемах парка [1].

Таким образом, территории Удмуртской Республики располагают необходимыми природными запасами и экологическими составляющими. Уже заложен фундамент экотуризма: созданы специализированные маршруты, проводятся мероприятия, способствующие развитию туристского потенциала, проводится исследовательская работа на территориях природных памятников, ведется служба наблюдения за охранными природными территориями.

Однако необходимо дальнейшее развитие этих составляющих посредством активной пропаганды экологической безопасности. Ведь именно в нашем здоровье и путь к дальнейшему благоустройству всего мира.

Список использованных источников

1. Елькин С.Л. Методическая разработка «Организационно-педагогические условия водного категорийного похода по Воткинскому району», 2013 – 30 с.
2. Информационный архив русского географического общества «Особо охраняемые природные территории России», [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://old.rgo.ru/2010/08/osobo-oxranyaemye-prirodnye-territorii-v-rossii/>.
3. Федеральная служба государственной статистики. Основные показатели охраны окружающей среды в России по данным Росстата, Росводресурсов, Росприроднадзора [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.gks.ru>

УДК 338.48-611

Мартынова Мария (РФ, Уфимский институт (филиал) Российского экономического университета имени Г. В. Плеханова)

Maria Martynova (Russian Federation, Ufa State Institute Plekhanov Russian University of Economics)

Научный руководитель: к.ф.н., доцент Ефимов О.Н.

ПРОБЛЕМЫ И ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ СОБЫТИЙНОГО ТУРИЗМА
В РЕСПУБЛИКЕ БАШКОРТОСТАН
PROBLEMS AND PROSPECTS OF DEVELOPMENT OF EVENT TOURISM
IN THE REPUBLIC OF BASHKORTOSTAN

В настоящее время отмечается тенденция к росту интереса путешественников к событийным мероприятиям и на туристский рынок выходит новое, перспективное, динамично развивающееся направление туризма – событийный туризм.

Под событийным туризмом в большинстве стран мира понимается туристская деятельность, связанная с разнообразными значимыми общественными событиями, а также редкими природными явлениями, привлекающими своей уникальностью, экзотичностью, неповторимостью большие массы соотечественников и туристов из зарубежных стран.

Событийный туризм ценится тем, что собирает людей разных возрастов, политических взглядов, увлечений. Он дает территории мощный мультипликативный эффект, поскольку выгоден и с коммерческой точки зрения, и с точки зрения повышения популярности региона. Во время проведения мероприятий существенно активизируется все объекты туристской индустрии, а потребительский спрос, зачастую, значительно превышает предложение. В этот период наблюдается одновременный всплеск возрождения местных обычаев, культурных традиций, активизация народного творчества.

При этом представляется, что совершенно необходимым элементом событийного туризма является страхование интересов участников туристской деятельности [3].

По оценкам международных экспертов, за последние 10 лет одним из наиболее развивающихся видов туризма является именно событийный туризм, мировой оборот которого возрос с десятков до сотен миллиардов долларов. Однако при этом доля России составляет в данном виде туризма всего 2%. Доля событийного туризма в структуре внутреннего российского турпотока занимает всего 1% [4, с.2].

К факторам, препятствующим развитию событийного туризма в регионах России, в частности в Республике Башкортостан, относятся [2; 4, с.3]:

- недостаточно развитая туристская инфраструктура в регионах России, в т. ч. инфраструктура, предназначенная для организации событийного туризма;
- недостаточное осознание потенциала событийного туризма, его воздействия на региональную экономику;

-недостаток информации о проведении событийных мероприятий в регионах России и низкая эффективность систем продвижения продукта событийного туризма.

Для преодоления выше перечисленных негативных факторов необходимо принять необходимые меры по развитию событийного туризма в Республике Башкортостан:

- 1) использование всего потенциала;
- 2) создание конвеншн-бюро на принципах государственно-частного партнерства для создания единого информационного пространства и продвижения туристских событий, в республике на внутреннем и зарубежных рынках;
- 3) формирование единого календаря событийных мероприятий национального масштаба;
- 4) проведение разработки необычных туров;
- 5) увеличение масштаба существующих мероприятий;
- 6) государственная поддержка приоритетных общественно значимых событийных мероприятий.

На сегодняшний день в Республике Башкортостан сложился весьма объемный календарь традиционно проводимых мероприятий, многие из которых выходят на уровень межрегиональных, всероссийских и международных: Международный фестиваль балетного искусства имени Рудольфа Нуреева, Международный конкурс-фестиваль музыкального творчества тюркской молодежи «Урал моно», Международный Аксаковский праздник, Международный фестиваль симфонической и хоровой музыки «Белая река» [1].

В Уфе столице республики все больший интерес приобретают культурные акции «Симфоническая ночь», «Театральная ночь», «Ночь музеев». В связи с этим необходимо расширять календарь подобных событий. В Республике проводятся такие традиционные национальные праздники как Республиканский праздник «Навруз», Республиканский праздник курая, Открытый Республиканский башкирский рок-фестиваль «Великая степь», Дни народов Республики Башкортостан, а также Сабантуй, Каргатуй, Курбан-байрам, Ураза-байрам, Йыйын, День республики с созданием масштабных исторических реконструкций.

Все перечисленные выше события могут быть интересны как жителям Башкортостана и других регионов России, так и иностранным туристам.

Событийный туризм в республике может предоставить отличные возможности для продвижения территории и повышения ее туристской привлекательности. Но он производит ограниченный, краткосрочный эффект, если не предусматривается в долгосрочной стратегии, которая обычно связана с текущей социально-экономической ситуацией и основными ценностями.

Список использованных источников

1. Министерство культуры Республики Башкортостан Планы мероприятий URL: <http://minkult-rb.ru/events/action-plans.html> (дата обращения: 24.10.2014).

2. Государственный комитет Республики Башкортостан по предпринимательству и туризму Государственная программа «Развитие внутреннего и въездного туризма в Республике Башкортостан»

URL: https://tourism.openrepublic.ru/activity/?SECTION_ID=16448.html

(дата обращения: 24.10.2014).

3. Ефимов О.Н. Несколько тезисов по поводу определения объекта и предмета страхования// Управление экономикой: методы, модели, технологии: Одиннадцатая международная конференция с элементами научной школы для молодежи: сб. науч. тр. / Уфимск. гос. авиац. техн. ун-т. - Уфа: УГАТУ, 2011. - 373 с.
Сирченко А. А. О перспективах развития событийного туризма в Российской Федерации // Туризм: право и экономика. – 2012. – № 2. – с. 2-4.

УДК 656.072.44(075.8)

Марцулева Кристина, Дутляков Антон (РФ, Хабаровская государственная академия экономики и права)

Kristina Martsuleva, Anton Dutlyakov (Russian Federation, Khabarovsk State Academy of Economics and Law)

Научный руководитель: к.э.н, доцент Голубева И.А.

ТРАНСПОРТНОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ТУРИЗМА В ХАБАРОВСКОМ КРАЕ TRANSPORT PROVISION FOR TOURISM IN KHABAROVSK TERRITORY

Роль транспорта в туризме велика, ведь туризм как вид деятельности, связанный с перемещением туристов, не может рассматриваться вне его связи с транспортным обеспечением. Для успешного развития туристской дестинации в первую очередь необходимо создать транспортную инфраструктуру, которая бы удовлетворяла потребностям туристов. Зачастую отсутствие такой структуры в регионе является ключевым фактором, препятствующим развитию туристской отрасли.

Хабаровский край – один из важнейших транспортных узлов Дальнего Востока. Он занимает выгодное экономико-географическое положение, располагаясь в центре Дальневосточного региона. Через территорию края проходят сухопутные, водные и воздушные маршруты, соединяющие внутренние регионы России с тихоокеанскими портами, а страны Западной Европы – с государствами Азиатско-Тихоокеанского региона (АТР). Хабаровский край находится на пересечении международных воздушных транспортных коридоров. Географическое положение Хабаровского края уникально, и в высочайшей мере способствует развитию мощного транспортного комплекса [1].

Транспортная система края представлена железнодорожным, водным, автомобильным, воздушным видами транспорта. Большая доля от общего объема туристских перевозок осуществляется воздушным транспортом, наличие сухопутных и водных границ с Китайской народной республикой позволяет также

организовывать автобусные, железнодорожные туры, а также международные речные перевозки [1].

Развитие водного транспорта является приоритетным в вопросах приграничного туризма с КНР. В настоящее время важнейшим туристским проектом в крае является развитие круизного туризма на реке Амур с перспективой организации трансграничных круизных маршрутов. Организация речных круизов может дать существенный импульс к развитию внутреннего и въездного туризма в Хабаровском крае.

Однако существует ряд проблем, на решение которых стоит обратить особое внимание: устаревший флот, монополистическая ситуация на рынке, экономически необоснованное завышение цен, а также отсутствие регулярных перевозок, помимо пригородного сообщения.

Воздушный транспорт для Хабаровского края имеет особое значение ввиду географической отдалённости Хабаровского края от основных туристских центров России и Европы. На территории края эксплуатируется 16 аэродромов различных классов, из них 12 являются аэропортами общего пользования, а 4 используются для корпоративных перевозок. Международный аэропорт Хабаровск (Новый), расположен на пересечении транссибирских и трансовосточных воздушных маршрутов, связывающих Европу с Японией, странами АТР и Северной Америкой. Однако регулярным сообщением Хабаровск связан только с основными центрами стран Азиатско-Тихоокеанского региона. Хабаровский аэропорт осуществляет рейсы 60 авиакомпаний, из которых 15 являются базовыми [2].

По территории Хабаровского края железнодорожное сообщение осуществляется через Транссибирскую и Байкало-Амурскую магистрали. Железнодорожный транспорт также применяется для организации туристских перевозок и составляет основу транспортной системы Хабаровского края. Перевозки железнодорожным транспортом осуществляются Дальневосточной железной дорогой. На территории железной дороги - 410 станций, 2 погранперехода Гродеково - КНР, Хасан – КНДР [1].

Ключевой проблемой с точки зрения организации туристских международных туров - является различие между шириной рельс в РФ и других странах, данный фактор очень сильно усложняет организацию международного сообщения.

Использование автомобильного транспорта в туризме происходит в основном в виде трансферов и организации экскурсионных перевозок. Автобусная маршрутная сеть Хабаровского края состоит из 250 маршрутов, в том числе: 115 городских, 90 пригородных, 45 междугородных [1]. Состояние автомобильного транспорта в крае характеризуется сложным финансовым положением автотранспортных предприятий и большим износом транспортных средств.

Среди общих проблем транспортного обеспечения, сдерживающих развитие туристской отрасли в Хабаровском крае, можно выделить: сильный износ всего подвижного состава, отсутствие регулярного сообщения для водного транспорта, отсутствие туристской направленности при развитии транспортной системы,

монополистическое положение на рынке железнодорожных и водных транспортных услуг.

Транспортная инфраструктура и высокое качество услуг перевозки создают возможности для развития всех видов туризма. Следовательно, развитие туристской отрасли, во многом обусловлено существующим транспортным обеспечением.

Список использованных источников

1. Постановление Правительства Хабаровского края от 05.05.2012N 146-пр.Об утверждении государственной целевой программы Хабаровского края «Развитие транспортной системы Хабаровского края»: URL: <http://docs.cntd.ru/> (дата обращения 28.10.2014).
2. ОАО «Хабаровский аэропорт»: URL: <http://airkhv.ru/> (дата обращения 28.10.2014).

УДК 379.84

Михалева Евгения (РФ, Хакасский государственный университет им. Н.Ф. Катанова)

Eugene Mikhaleva (Russian Federation, Khakassia State University)

Научный руководитель: к.и.н., доцент Моруденко Ю.И.

ТЕНДЕНЦИИ РАЗВИТИЯ WELLNESS-ТУРИЗМА TRENDS WELLNESS-TOURISM

Туристский бизнес охватывает практически все стороны разнообразного отдыха. Красота, отличная физическая форма, душевное здоровье - именно эти параметры открыли новое направление в туристическом бизнесе под названием «wellness - туризм», которое служит альтернативой лечебного туризма. Такая форма туризма пропагандирует поддержание организма в здоровом состоянии и сохранение баланса между физическим, умственным и биологическим здоровьем человека.

Таким образом, «wellness» подразумевает комплексное использование различных методик оздоровления, которые состоят из диетологии, реабилитационных программ, психологического оздоровления, занятий спортом, косметических и спа-процедур [3]. Такое сочетание умеренной физической активности, расслабляющих процедур и здорового питания дает оздоровительный эффект. Вслед за этим происходит и восстановление душевного равновесия. Итак, на сегодняшний день, wellness представляет собой довольно сильную, прибыльную и быстрорастущую индустрию, которая помогает своим потребителям замедлить старение, продлить молодость и повысить свой жизненный тонус.

Идея wellness-туризма зародилась в развитых странах Европы и Америки. На сегодняшний день лидирующими странами по данному направлению

являются: Австрия, Болгария, Венгрия, Испания, Греция [2]. Это связано с благоприятными климатическими условиями в этих странах, наличием источников с минеральной и термальной водой, а также первоклассным сервисом. Для того чтобы получить статус wellness-отеля или курорта, необходимо пройти аттестацию, для подтверждения того, что отель/курорт отвечает всем стандартам, предъявленным к этому сегменту отелей/курортов. Wellness-туризм в Европе славится термальными источниками и основным уклоном направлен на спа, красоту (косметологические процедуры, снижение веса), хорошую физическую форму (фитнес, пилатес, водные процедуры и тд), а также профилактику различных заболеваний.

Одним из ярких примеров по развитию данного направления туризма является Хорватия. Это обусловлено рядом причин: благоприятный климат; наличие минеральных и термальных источников; море; хорошая экология; спа- и wellness-центры, предлагающие всевозможные массажи, методики по уходу за телом и лицом. Помимо этого, есть возможность для занятий различными видами спорта, начиная от дайвинга и заканчивая горным велоспортом [1].

В последнее время данное направление набирает обороты в Индии и странах Юго-Восточной Азии - Сингапур, Таиланд, Китай, Малайзия.

По данным Global Spa & Wellness Summit (GSWS), к 2017 году 50% рынка wellness - туризма будет приходиться на страны Азии, Латинской Америки и Ближнего Востока [4].

Оздоровление в роскошных SPA-отелях и велнес-центрах включает древние методики оздоровления и рецепты нетрадиционной медицины, диетическое питание, физические тренировки и, полный комплекс косметологических услуг (это всевозможные массажи, аромо-, стоун-, мело-, цвето-, озono- и другие виды терапий). Немаловажную роль играют занятия йогой, питье травяных чаев, закаливание и активный отдых на природе. Большой уклон делается на духовных практиках. Ведь только очистив душу можно исцелить организм.

На сегодняшний день в России также стали появляться wellness-центры и курорты, большинство из них сконцентрировано на Черноморское побережье, что связано с благоприятными климатическими условиями. Примерами могут послужить SPA Hotel & Wellness «Приморье», «Море» Wellness SPA отель и др., где основной уклон делается на предотвращение заболеваний, коррекцию фигуры, косметологию, а также спа-процедуры.

Черноморские wellness-курорты предлагают современный комплекс общеоздоровительных бальнеопроцедур – души, ванны с травами и ароматическими маслами, массажи, а также электротерапия, физиотерапия, косметические программы, диетическое питание, спа-программы, а также разнообразные возможности для занятий спортом, активного и познавательного отдыха.

Природно-географические условия Республики Хакасия позволяют развивать в республике разные виды отдыха, в том числе и wellness-туризм. Так как на территории сконцентрировано большое количество природных рекреационных ресурсов. Это и подземные минеральные воды, воды озер и

содержащаяся в них лечебная грязь, лечебные травы и энергетические места, что и необходимо для развития wellness-туризма.

На территории Хакасии находится много пресных и минеральных водоемов. Наиболее популярными среди туристов озерами являются Шира, Беле, Тус, Ханкуль, Дикое, на которых можно не только отдохнуть и оздоровиться, восстановить эмоциональный фон, но и созерцать живописные места данной местности. Хорошей находкой для медитирующих людей будут немногочисленные, чистые озера расположенные среди лесного массива с отличным пейзажем, такими озерами являются «Образ», «Ошколь», «Баланкуль» и др.

Таким образом, Республика Хакасия обладает разнообразными, уникальными ландшафтно-климатическими условиями, гидроминеральными ресурсами, и отлично подходит для развития wellness-туризма. Наличие большого количества уникальных природных комплексов в живописных степных, лесостепных, таежных территориях делают их особенно привлекательными для отдыха и путешествий.

Список использованных источников

1. Тонкости туризма: [Электронный ресурс] (дата обращения 01.11.2014).
2. Тур-газета: для туристов и профессионалов: [Электронный ресурс] <http://www.tur-gazeta.md> (дата обращения: 06.11.2014).
3. Wellness - здоровый образ жизни, здоровое питание: [Электронный ресурс] <http://psyoduvns.narod.ru> (дата обращения: 06.11.2014).
4. New Study Reveals Wellness Tourism: [Электронный ресурс] <http://medicaltraveltoday.com> (дата обращения: 27.11.2013).

УДК 37.037.1:613.71

Муканова Сабира (Республика Казахстан, г. Павлодар, Инновационный Евразийский университет)

Sabira Mukanova (Kazakhstan Republic, Pavlodar Innovative University of Eurasia)

Научный руководитель: магистр ФКиС, ст.п р. Макарова Е.Г.

ПОВЫШЕНИЕ ФИЗИЧЕСКОЙ ПОДГОТОВЛЕННОСТИ ДЕВУШЕК 17-19 ЛЕТ СРЕДСТВАМИ ОЗДОРОВИТЕЛЬНОЙ ГИМНАСТИКИ THE IMPROVING SPORTSMANSHIP OF GIRLS 17-19 YEARS BY RECREATIONAL GYMNASTICS

Одним из приоритетных направлений процесса физического воспитания студенческой молодежи во всем мире служит формирование и укрепление здоровья студентов, ориентированное на повышение их физических, функциональных и двигательных возможностей [1,2].

Студенчество, особенно на начальном этапе обучения, является наиболее уязвимой частью молодежи, так как сталкивается с рядом трудностей, связанных с увеличением учебной нагрузки, внедрением информационных технологий в

учебный процесс, необходимостью совмещения учебы с работой, ухудшением питания, вредными привычками и т.д.

Обучение в высшем учебном заведении в настоящее время сопряжено с большим объемом учебной работы и высокой умственной напряженностью. Колоссальный поток информации, интенсификация учебной деятельности требуют значительных затрат для успешного освоения вузовской программы. Ежедневные многочасовые академические и самостоятельные занятия вынуждают студентов вести малоподвижный образ жизни.

С точки зрения физиологии – это один из стресс-факторов, негативно влияющий на здоровье молодежи. Результатом этого на фоне интеллектуальных перегрузок является противоречие между достижениями студентов в освоении профессии и потерями своего здоровья [3].

Принято считать, что основной профилактической мерой в борьбе за здоровье являются занятия физическими упражнениями. Однако стереотипная организация учебных занятий по физическому воспитанию в значительной степени не удовлетворяет потребности девушек в проявлении двигательной активности, что способствует снижению их интереса к занятиям и как следствие – негативным изменениям в показателях здоровья.

Социологические опросы показывают, что современных девушек привлекают эмоционально окрашенные виды двигательной деятельности с выраженным оздоровительным эффектом [4].

В настоящее время в число наиболее популярных и эффективных средств оздоровительной гимнастики входит аэробика и ее разновидности [5]. Внедрению авторских физкультурно-оздоровительных программ в систему физического воспитания студенток посвящены работы многих авторов: Л.М. Дикаревич, Г.И. Любимовой, Т.Н., Суетиной и др.

Однако комплексное использование современных средств оздоровительной направленности, в частности степ-аэробики и фитбол-гимнастики, в вузовском образовательном процессе по физическому воспитанию, организуемом со студентками, до сих пор не получило должного рассмотрения.

Для выявления эффективности применения в учебно-тренировочном процессе девушек степ-аэробики и фитбол-гимнастики мы провели педагогический эксперимент. Он проводился с 2013 по 2014 гг. на базе Инновационного Евразийского университета. В исследовании приняли участие девушки 17-19 лет.

В экспериментальной группе комплексно применялись средства оздоровительной гимнастики (степ-аэробика и фитбол-гимнастика) в рамках учебно-тренировочных занятий.

В контрольной группе занятия проводились по общепринятой методике в соответствии с программой по дисциплине «Физическое воспитание». В обеих группах занятия проводились согласно установленному расписанию 2 раза в неделю по 90 минут.

За учебный год прироста показателей физической подготовленности произошли в обеих опытных группах, однако в контрольной они не носили достоверный характер.

В экспериментальной же группе выявлены наиболее значимые изменения в результатах физической подготовленности. Причем, достоверность полученных данных зафиксирована в трех из четырех наблюдаемых показателей: в беге на 1000м результаты студенток возросли на 8,5%; в поднимании туловища из положения лежа на спине за 60 секунд результат увеличился на 16%, в прыжках в длину с места прирост составил 5%.

Список использованных источников

1. Бородихин В.А. Алгоритмы спортивной педагогики оздоровления. – Павлодар : НПФ Эко, 2003. – 232 с.
2. Григорьев В.И. Физическая культура средних специальных и высших учебных заведений / В.И.Григорьев // Теория и практика физической культуры. – 2004. – №2. – С.54-61.
3. Никифорова С.А. Интерактивные занятия аэробикой как средства формирования здорового стиля жизни студенческой молодежи : автореф. дис. ... канд. пед. наук / С.А. Никифорова. – Тюмень, 2008. – 22 с.
4. Лубышева Л. И. Социология физической культуры и спорта: учебное пособие. – М., 2004. – 240 с.
5. Лисицкая Т.С. Аэробика: В 2 Т. Т.1. Теория и методика / Т.С. Лисицкая, Л.В. Сиднева. – М.: Федерация аэробики России, 2002.–232 с.

УДК 338.482.22

Муравейко Валерия (РБ, Белорусский государственный университет физической культуры, Институт туризма)

Valeria Muraveiko (Republic of Belarus, Belarusian State University of Physical Culture, Institute of Tourism)

Научный руководитель: преподаватель кафедры, Михеева Е.А.

ТУРИСТИЧЕСКИЙ ПОТЕНЦИАЛ ЮЖНОЙ КОРЕИ SOUTH KOREA'S TOUR POTENTIAL

Наиболее развитыми в отношении международного туризма являются Европа, Америка, Азия и Тихоокеанский регион. Европа – лидер в развитии международного туризма благодаря наиболее благоприятным социально-экономическим, политическим, культурно-историческим и транспортным предпосылкам. Второе место занимает Азия и Тихоокеанский регион – наиболее бурно развивающийся туристический макрорегион мира.

Рост туризма вызван ускоренным социально-экономическим развитием, углублением интеграционных процессов, улучшением геополитической обстановки [1]. Отдых в Азии начал набирать популярность в 80-е годы XX в. за счет резкого повышения интереса туристов к быстро развивающимся индустриальным странам – Сингапуру, Таиланду, Малайзии и др.

Северо-Восточная Азия – крупнейшая часть азиатского континента, включающая в себя обширные территории Китая, Японию, Южную и Северную Кореи, Тайвань и Монголию.

С точки зрения географии, природных и климатических зон Северо-Восточная Азия чрезвычайно разнообразна. Ведущие страны туристического интереса – Китай и Япония; однако в последнее время все большую популярность набирает Республика Корея.

Южная Корея (Республика Корея) может похвастать обилием интересных достопримечательностей. Западные туристы, оказавшись в Южной Корее, первым делом едут на границу с Северной Кореей – в Демилитаризованную Зону, либо к одному из десяти включенных в ЮНЕСКО объектов:

- Буддийский храм Хэинса в Хапчхоне;
- Дворцовый комплекс Чхандоккун и Святилище Чонмё в Сеуле;
- Храм Пульгукса с гротом Соккурам в Кёнджу; дольмены в уездах Кочхан, Хвасун и на острове Канхвадо;
- Гробницы правителей династии Чосон, расположенные в восемнадцати регионах страны;
- Традиционные корейские деревни – Хахве и Яндон;
- Вулканический остров Чеджудо.

Столица Южной Кореи Сеул – крупнейший город, экономический и культурный центр страны. В Сеуле сохранились архитектурные памятники эпохи Чосон (1392–1897 гг.): ворота Тондэмун и Намдэмун, пять дворцов, королевские гробницы и высшее конфуцианское учебное заведение – Сонгюнган [2].

В то же время Сеул уже давно стал воплощением современной цивилизации. Все это превращает Сеул в популярный туристический центр, где имеются все условия для отдыха и развлечений.

Тем не менее, не только столица обладает значительным туристическим потенциалом, множество городов по всей стране привлекают тысячи туристов. Так, например, в прибрежном городе Инчхон находятся: деревня гончаров, термальные источники, Музей керамики, крепость Мунхаксансон, конфуцианская школа, парки «Чаю-Парк» и «Сондо-вонджи».

В городе Кёнджу – на юго-востоке страны – большое количество памятников истории и архитектуры, в том числе входящих в список Всемирного наследия ЮНЕСКО (Яндон, грот Соккурам и храм Пульгукса), что делает его, наравне с Сеулом, центром туризма Южной Кореи.

Город Тэгу – столица восточной провинции Кёнсан-Пукто – находится в живописной долине, окруженной невысокими горами.

Парк Апсан раскинулся на одноименной горе, в нем расположено несколько буддийских храмов, музей Корейской войны [3].

Пусан – крупный морской торговый порт на побережье Восточного моря, второй по величине город Кореи; один из лучших курортов (самые знаменитые – пляжи Хэундэ и Кваналли). В Пусане множество парков – Тхэджондэ, Йондусан, Хале, Кымган; в северной части города находятся горячие источники Тоннэ. Каждый октябрь в Пусане проходит Международный Пусанский кинофестиваль, один из самых влиятельных кинофорумов Азии.

Город Андон – колыбель конфуцианства. Основные достопримечательности – традиционная корейская деревня Хахве, музей масок Хахве, конфуцианские храмы Досан и Бёнсан, храм Бончжонса [2].

Отдельного внимания заслуживает остров Чеджу – остров вулканического происхождения, имеющий более 360-и вторичных кратеров.

В конце 2002 г. Национальный Парк Чеджу получил статус Биосферного Резервата ЮНЕСКО. В центре острова расположен потухший вулкан Халла – 1950 м высотой. Здесь же находятся ботанический сад Емиджи, музей зеленого чая, парк-мастерская каменных статуй «Кымнынг», парк миниатюр, а также этническая деревня-скансен «Сонгып».

Южная Корея стала страной-организатором ряда международных спортивных состязаний, включая Олимпийские игры (Сеул, 1988 г.) и чемпионат мира по футболу (2002 г.). В ближайшее время в стране планируется проведение двух крупнейших спортивных мероприятий – летней Универсиады в Кванджу (2015 г.) и Зимних Олимпийских игр в Пхенчхане (2018 г.) [3].

Республика Корея исключительно разнообразная и красивейшая страна, готовая принять гостей в любое время года.

Помимо впечатляющего культурно-исторического наследия, она располагает еще и значительным потенциалом рекреационных ресурсов: и горные массивы, пригодные для зимних видов активного туризма, и теплое чистое море с великолепными пляжами, и минеральные источники, на которых расположены лечебные курорты и знаменитые корейские бани.

В Южной Корее на высочайшем уровне развита туристическая инфраструктура. Всё это, безусловно, является прекрасным потенциалом для привлечения большего числа туристов в страну.

Список использованных источников

1. Гайдукевич Л.М. География международного туризма. Зарубежные страны: учебное пособие / Л.М. Гайдукевич, С.А. Хомич, В.А. Клицунова и др. – Минск : Аверсэв, 2003. – 304 с.
3. Воскресенский В.Ю. Международный туризм: Учебное пособие для вузов / В.Ю. Воскресенский. – М. : ЮНИТИ-ДАНА, 2006. – 255 с.
4. Тонкости туризма [Электронный ресурс] / Тонкости туризма. – 2003. – Режим доступа: <http://tonkosti.ru>. – Дата доступа: 20.10.2014.

УДК [338.48:711.455]:004(574)

Наурызбекова Лаура (РК, Евразийский национальный университет им. Л.Н. Гумилева)

Naurzbeikova Laura (Republic Kazakhstan, L. N. Gumilyov Eurasian National University)

Научный руководитель: к.э.н., доцент Балгабаева В.Т.

ИННОВАЦИОННЫЕ ТЕХНОЛОГИИ РЫНКА
КУРОРТНЫХ УСЛУГ КАЗАХСТАНА
INNOVATIVE TECHNOLOGIES OF THE MARKET
OF RESORT SERVICES IN KAZAKHSTAN

Курортный рынок, являясь одной из динамично развивающейся сферы экономики Казахстана, представляет собой высоко насыщенную информационную отрасль, успех которой напрямую зависит от скорости передачи и обмена информацией, от ее актуальности, своевременности получения. Успешное развитие курортного бизнеса предполагает широкое использование новейших технологий, как в области введения новых курортных услуг, так и в их продвижении на рынок туристских услуг в целом. Введение инноваций стало неотъемлемым условием повышения конкурентоспособности курортного предприятия, а также способствует улучшению качества обслуживания одновременно при сокращении затрат. Рынок курортных услуг позволяет использовать все многообразие компьютерных технологий, начиная от специализированных программ по управлению гостиничным предприятием до применения глобальных компьютерных сетей. На сегодняшний день в сфере курортного бизнеса используются следующие компьютерные технологии: глобальные системы резервирования, интегрированные коммуникационные сети, системы мультимедиа, Smart Cards, информационные системы менеджмента и другие. На казахстанском рынке представлены в основном такие системы глобального резервирования как: Amadeus, Galileo, Abacus, Sabre. Их внедрение идет с начала 90-х годов быстрыми темпами. Так глобальная распределительная система Amadeus внедрилась на территорию Казахстана более 10 лет назад.

В настоящее время многие туроператоры и турагенты выдвигают курортным предприятиям рекомендации о присоединении их к одной или нескольким мировым компьютерным системам бронирования. Компьютерная система бронирования Amadeus насчитывает более 600 туристских предприятий - пользователей системы [1]. Что касается предприятий, пользователей системы Amadeus, оказывающих курортные услуги в нашей стране, то их число не велико, в основном это отели и гостиницы мировых цепей, такие как Radisson (г.Астана), Marriot (г.Астана, г.Алмата, г.Атырау). Для того что бы увеличить численность предприятий которые работают по системам бронирования, то в первую очередь необходимо понизить стоимость оказания услуг системами бронирования для средних и малых предприятий курортного типа.

Наибольшее влияние компьютерные технологии оказывают на продвижение курортной услуги. Так, в области рекламы широко используется прямая рассылка курортной информации по электронной почте - direct mail, что дает возможность

мгновенно связаться с компаниями. А так же многие казахстанские предприятия, работающие в сфере курортного рынка, пользуются такими распространенными сайтами в области рекламы, как Blizzard.kz, Besmart.kz, Choko-life.kz, на которых они публикуют информацию о приобретении купонов которые дают определенную скидку (как правило, от 40% до 70%) на предоставляемые услуги, с целью привлечения как можно больше клиентов.

В последние годы многие казахстанские предприятия курортного типа создают свои собственные сайты в Интернете, на которых находится исчерпывающая информация о сервисах курорта, ценах на предоставляемые услуги, наличии мест, сведения о бонусах и скидках и о многом другом, что может заинтересовать их клиентов. Тут очень важно иметь на сайте обратную связь, и незамедлительно отвечать на все возникающие у клиентов вопросы, так же своевременно обновлять сайт, публиковать свежую информацию, что иногда забывает делать руководство. Высокая надежность и удобство компьютерных систем резервирования CRS (Computer Reservation System) способствовали их быстрому и широкому распространению. Они позволили ускорить процесс резервирования, осуществить его в режиме реального времени, тем самым повысить качество предоставляемых услуг за счет сокращения времени обслуживания гостей.

В Казахстане, в последнее время, наблюдается электронное наступление на традиционный курортный бизнес. Многие туристские предприятия дают возможность владельцам кредитной карты Visa Gold приобрести тур, забронировать места в гостинице, на самолет, заказать напрокат автомобиль в любом городе земного шара. Преимущества электронной коммерции очевидны: экономия на выплате агентских комиссионных, уменьшение расходов на рекламно-информационные материалы, и т.д. [2].

В настоящее время курорты выпускают справочники и каталоги в книжном исполнении, на CD и DVD, в сети Интернет. Электронные каталоги позволяют виртуально путешествовать по территории курорта, ознакомиться со спектром предоставляемых услуг, системой льгот и скидок. Ярким примером является виртуальная экскурсия по курорту «Кендерли», расположенному на западе страны, где в мельчайших подробностях описываются все предоставляемые услуги во всех четырех зонах курорта, сопровождаемых со звуковыми спецэффектами, что на самом деле интересно смотреть.

Казахстанскому курортному рынку необходимо как можно больше курортов электронизировать, что бы гость мог посмотреть в реальном времени, в более реалистичной обстановке то, где он планирует провести свой отпуск, и конечно же там где он оставит свои деньги. Разработка программ автоматизации деятельности курортного рынка приводит к существенным изменениям в менеджменте, а также повышает качество обслуживания всей услуги в целом.

Список использованных источников

1. Группа обучения и поддержки пользователей Amadeus «Amadeus Hotel Store» №10, Астана, 2012г.
2. Концепция развития туристической отрасли Республики Казахстан до 2020 г.

УДК 338.482.22

Никитина Екатерина (РБ, Белорусский государственный университет физической культуры, Институт туризма)

Yekaterina Nikitina (The Republic of Belarus, Belarusian State University of Physical Culture, Institute of Tourism)

Научный руководитель: к.п.н., доцент Филипович И.В.

ПОХОД КАК ФОРМА ОСУЩЕСТВЛЕНИЯ КИНОТУРИЗМА CAMPAIGN AS FILM TOURISM IMPLEMENTATION FORM

Развитие многих видов туризма, а среди них исторического и приключенческого, будет тесно связано с формированием туров на природных и исторических территориях, аттрактивных для туристов. В связи с этим, особую актуальность приобретают виды туризма, основанные на культурно-историческом потенциале страны, куда относится познавательный, экологический, религиозный, литературный, исторический, и, в частности, интересующий нас историко-приключенческий туризм. Также стоит отметить, что тема историко-приключенческого туризма в республике Беларусь пока в практике представлена достаточно фрагментарно, а теоретически мало изучена и представляет собой широкое поле для деятельности.

Исторический туризм – путешествие с целью посещения и изучения исторического наследия и ознакомления с достопримечательностями стран, музеями, соборами и другими историческими памятниками. Посещением мест исторических событий или относящихся к жизни выдающихся исторических личностей [1]. В настоящее время на мировом рынке приключенческий туризм (adventure tourism) – это не просто путешествия с приключениями, а туры с элементами чего-то необычного, исключительного для туристов [2]. Историко-приключенческий туризм можно хорошо сочетать с «кинотуризмом» – путешествиями по местам съемок художественных фильмов, которые ежегодно привлекают порядка 5 миллионов туристов.

В предверии годовщины победы в Великой Отечественной войне актуальность приобретают туры на военную тематику, сопряженные с исторической реконструкцией военных действий, квестами и ролевыми играми в сочетании с познанием и патриотическим воспитанием всех групп населения и молодежи, в частности. Наличие определенного потенциала отечественной киноиндустрии дает нам возможность разработать маршрут похода на основе исторических мест и событий, представленных в одном из популярных отечественных фильмов.

«В августе 44-го...» – фильм Михаила Пташука по роману Владимира Богомолова «Момент истины (В августе 44-го)». По сюжету на территории освобожденной Беларуси в тылу советских войск действуют вражеские агенты. Регулярно в эфир выходит радиостанция с позывными «КАО», передающая зашифрованные радиogramмы. Контрразведчикам из СМЕРШа, трем молодым офицерам во главе с капитаном Алахиным, поручено в кратчайшие сроки разыскать диверсионную группу. Таким образом, фильм «В августе 44-го...» может являться основой похода, целью которого является патриотическое

воспитание подростков на примере подвига советских разведчиков, их мужества, воли и смекалки, которые помогли внести существенный вклад в победу советских войск над немецко-фашистскими захватчиками. Поскольку в сюжете фильма присутствуют элементы разведывательной техники, путешествия, мероприятий, связанных с краеведением и знанием природных особенностей местности, ориентирования и прочее, это может быть использовано в качестве базиса для проведения игр, занятий и прочих разрабатываемых нами мероприятий, проводимых в походе.

Итак, на основе проведенного анализа была определена форма организации, места и проведения подобного похода. Для организации историко-приключенческого туризма нами выбрана форма краткосрочного похода (до 5 дней) для молодежи и юношества на месте проведения съемок фильма «В августе 44-го» с элементами исторической реконструкции и ролевой игры. Стоит также отметить, что съемки некоторых сцен данной ленты проходили на месте скаутского лагеря (Скаут (англ. *Scout*) – первоначально, солдат (кавалерист или легкий пехотинец), занимающийся полевой разведкой), сохранились нетронутыми крупные лесные массивы с богатой флорой и фауной, на небольшом расстоянии сосредоточен ряд памятников Великой отечественной войны, что позволяет использовать данный потенциал в историко-приключенческом туризме.

Исходя из вышесказанного, нами был разработан маршрут похода по мотивам фильма «В августе 44-го», включающий в себя следующие точки: Маршрут похода: «Минск – Столбцы – Скаутский лагерь (Желтый берег) – Жуков борок – Аталезь – Столбцы – Минск» (трехдневный, кольцевой, общей продолжительностью в три дня и общим километражем 20 км (километраж по дням: день 1 – 10 км, день 2 – 0 км, день 3 – 10 км).

Исходя из целей похода, его историко-приключенческой направленности нами были разработаны четыре игры, которые будут способствовать вовлеченности подростков в контекст данного исторического события, приобретением ими физических навыков, логики и смекалки, присущие настоящим разведчикам. Подросток, участвуя в подобных играх, почувствует себя в условиях напряженных военных действий, где от их решений зависит исход войны, или, как упоминается в фильме, «момент истины».

Список использованных источников

1. Что такое познавательный туризм. [Электронный ресурс] / Бизнес портал. Все о бизнесе и заработке. – Режим доступа: <http://biznestoday.ru/turizm/1347-roznavatelnyj-turizm.html> – Дата доступа: 07. 11. 2014.
2. Квартальнов, В. А., Туризм / В. А. Квартальнов. – М.: «Финансы и статистика», 2002. – 320 с.
3. В августе 44-го. [Электронный ресурс] / Википедия – свободная энциклопедия. – Режим доступа: [https://ru.wikipedia.org/wiki/ В августе 44-го.](https://ru.wikipedia.org/wiki/В_августе_44-го) – Дата доступа: 20.10.2014.

УДК 796.012

Одиненко Александр (РБ, Белорусский государственный аграрный технический университет)

Alexandr Odinenko (Republic of Belarus, Belarusian State Agrarian Technical University)

Научный руководитель: к.б.н., доцент Смольский С.М.

РОЛЬ ФИЗИЧЕСКОЙ КУЛЬТУРЫ И СПОРТА В ПОДГОТОВКЕ
СПЕЦИАЛИСТОВ АГРОПРОМЫШЛЕННОГО КОМПЛЕКСА
THE ROLE OF PHYSICAL CULTURE AND SPORTS
IN THE PREPARATION OF THE SPECIALISTS
OF AGRO-INDUSTRIAL COMPLEX

Руководствуясь Государственной программой развития физической культуры и спорта на 2011-2015гг., утвержденной Постановлением совета Министров РБ от 24.03.2011г. №372, Программой развития студенческого спорта в РБ на 2011-2014 гг., утвержденной Постановлением Министерства образования РБ от 29.12.2010 г. №123 и в целях организации системной работы утверждена комплексная перспективная программа «Развития спортивно-массовой, физкультурно-оздоровительной работы и туризма в УО «Белорусский государственный аграрный технический университет» на 2012 – 2015 гг.

На практике это реализуют 24 преподавателя кафедры физического воспитания и спорта (3 кандидата наук, 16 старших преподавателей, 5 преподавателей, в том числе 2 Заслуженных тренера Республики Беларусь, 5 мастеров спорта международного класса, 4 мастера спорта). Средний возраст составляет 44 года.

Физическая культура, как учебная дисциплина проводится на четырёх курсах с общим контингентом – 2653 чел., в том числе 1570 чел. - основное отделение, 670 чел. - специальное и 413 чел. - группы ПСМ (повышение спортивного мастерства) по 23 видам спорта под руководством 21 тренера-преподавателя с обязательной сдачей зачётов в каждом семестре. Двадцать три студента регулярно занимаются в секции туризма и 127 студентов охвачены секционной работой по плаванию.

Всего физкультурно-оздоровительной и спортивно-массовой работой охвачено 82% студентов, в том числе 15% студентов регулярно занимаются спортом по 25 видам (средний показатель по РБ – 13%). Эффективно работает система обязательного, практически 100% обучения плаванию студентов первого курса.

Постоянное совершенствование учебного процесса отразилось на результатах учебно-методической и научно-исследовательской работы. Так, если в 2010 г. профессорско-преподавательским составом кафедры опубликовано только 4 работы различного характера, то в 2012г. – 12, а в 2013г – 20.

Практическая организация и проведение спортивно-массовой работы среди студентов осуществляется силами работников кафедры, спортивного клуба, БРСМ, профкома студентов при активном содействии отдела по воспитательной работе с молодёжью.

В соответствии с календарным планом университета проходят соревнования по 13 видам спорта (волейбол (м.), баскетбол (м.), гиревой спорт, л/атлетический кросс, л/атлетика, мини-футбол, н/теннис, шахматы, шашки, футбол, перетягивание каната) с проведением финала в рамках ежегодного культурно-спортивного праздника.

Кафедра физического воспитания и спорта ежегодно в рамках мероприятий «Аграрная весна» проводят соревнования по различным видам спорта (волейбол, мини-футбол, н/теннис) среди аграрных колледжей, входящих в республиканскую учебно-производственную ассоциацию «Агроинженер». В 2014-2015 учебном году все массовые, физкультурно-оздоровительные и спортивные мероприятия посвящены знаменательной дате 60-летию образования университета.

На гуманитарно-экологическом факультете общественных профессий ежегодно готовятся около 30 тренеров-общественников по разным видам спорта.

В период с 2011 по 2014 гг. тренерами-преподавателями кафедры подготовлены: 1 - змс; 2 - мсмк, 6 - мс, 14 - кмс, 6 - спортсменов 1 разряда, 7 студентов - спортсменов входят в составы национальных сборных команд Республики Беларусь. В 2013 г. студент агромеханического факультета Тимур Мамедов стал обладателем Кубка мира по тайландскому боксу, а студент агроэнергетического факультета Дмитрий Разумков занял третье место.

В 2014 г. студентка ФПУ Алла Толкач стала чемпионкой Европы по биатлону. Два студента университета приняли участие в составе сборной команды Республики Беларусь в XXVII летней Всемирной универсиаде (только 12 вузов из 54 имели своих представителей).

По итогам выступления сборных команд университета в международных, республиканских, городских и районных соревнованиях в 2011-2014 гг. завоёвано – 198 медалей. Участвуя в Республиканской универсиаде – 2013 г. УО «БГАТУ» занял четвёртое место во второй группе среди 12 вузов и 11 место среди всех 54 вузов Республики Беларусь.

Следует отметить, что в университете создана и эффективно используется одна из лучших в Республики Беларусь спортивных баз, общей площадью 1508 м², которая объединяет стадион стандартных размеров с искусственным покрытием футбольного поля и беговых дорожек, комплексом спортивных площадок, трибунами на 830 зрительских мест, 8 специализированными залами, лыжной базой на 120 пар лыж и гимнастическим городком. В семи студенческих общежитиях оборудованы тренажёрами спортивные комнаты.

Таким образом, в университете сложилась устойчивая динамично развивающаяся и эффективно действующая система оздоровления студенческой молодёжи средствами физической культуры и спорта.

УДК 796/799

Окенов Руслан (Республика Казахстан, г.Павлодар, Инновационный Евразийский университет)

Ruslan Okenov (Kazakhstan Republic, Pavlodar, Innovative University of Eurasia)

Научный руководитель: старший преподаватель Быков А.Ю.

ФИЗИЧЕСКАЯ ПОДГОТОВЛЕННОСТЬ ВЫПУСКНИКОВ
СЕЛЬСКИХ И ГОРОДСКИХ ШКОЛ
PHYSICAL PREPAREDNESS OF GRADUATING STUDENTS
OF RURAL AND URBAN SCHOOLS

Социальная среда оказывает, как положительное, так и отрицательное влияние на жизнь и здоровье человека. Одним из неблагоприятных социальных факторов в системе школьного образования в нашей стране является то, что почти треть детей и подростков в сельской местности обучаются в малокомплектных школах, в то время как некоторые городские школы бывают перегруженными. Наблюдается влияние также социально-экономических, географических, климатических и других факторов, обуславливающих особенности решения образовательных, воспитательных и оздоровительных задач. Следует отметить также, что проблема оценки физического состояния современных школьников, особенно сельской местности не получает в настоящее время достаточного систематического изучения.

Целью наших исследований явился сравнительный анализ уровня физической подготовленности выпускников городских и сельских школ, т.е. оценка показателей физической подготовленности, достигнутых за период обучения в старших классах.

Старший школьный возраст характеризуется продолжением процесса роста и развития, что выражается в относительно спокойном и равномерном его протекании в отдельных органах и системах. В 15-17 лет у школьников повышается способность понимать структуру движений, точно воспроизводить и дифференцировать отдельные характеристики движения, осуществлять двигательные действия в целом. Старшеклассники могут проявлять достаточно высокую волевою активность, например, настойчивость в достижении поставленной цели, способность к терпению на фоне усталости и утомления. Однако у девушек снижается смелость, что требует внесения корректив в процесс их физического воспитания. В старшем школьном возрасте по сравнению с предыдущими возрастными группами наблюдается снижение прироста в развитии координационных способностей, но появляются благоприятные возможности для воспитания силы и выносливости. Таким образом, в этот возрастной период сохраняются еще немалые резервы для улучшения двигательных способностей, особенно если это делать систематически и целенаправленно.

Наши исследования проводились в сентябре-октябре 2012 года на базе Инновационного Евразийского университета. В исследованиях приняли участие студенты 1 курса всех специальностей, поступившие в университет их городских и сельских школ Павлодарской области. Уровень физической подготовленности определялся с помощью батареи тестов, представленных в таблице 1.

Систематизация и статистический анализ полученных данных проводился с помощью t-критерия Стьюдента.

Таблица 1 – Сравнительный анализ показателей физической подготовленности выпускников городских и сельских школ

Показатели физической подготовленности	Юноши			Девушки		
	Городские	Сельские	t P	Городские	Сельские	t P
	n = 102	n = 72		n = 98	n = 56	
	$\bar{x} \pm \sigma$	$\bar{x} \pm \sigma$	$\bar{x} \pm \sigma$	$\bar{x} \pm \sigma$		
Бег 100 м (сек)	14,7±3,3 6	15,2± 2,17	t=0,89 P > 0,05	17,10± 02,35	17,45± 3,15	t=0,56 P > 0,05
Ч/бег 3x10м (сек)	7,4±2,11	7,6± 1,49	t=0,56 P > 0,05	8,35± 2,39	9,13± 1,52	t=2,83 P < 0,01
Прыжок в длину с места (см)	198,38± 22,18	214,25± 17,9	t=2,38 P < 0,05	172,86± 18,80	184,6 ± 15,41	t=2,78 P < 0,05
Бросок мяча весом 1 кг (см)	445,33± 82,18	390,29± 92,95	t=2,93 P < 0,01	385± 125,0	345,6± 135,0	t=1,75 P > 0,05
Бег: 2000 м/1000м (сек)	476,3± 75,18	4628,2± 102,91	t=1,09 P > 0,05	319,85± 112,62	342,67± 152,43	t=1,03 P > 0,05
Подтягивания (раз)	18,55± 2,18	14,28± 3,98	t=1,78 P > 0,05			
Подъем туловища из положения лежа на спине (раз)				24,87± 12,61	27,63± 11,48	t=1,19 P > 0,05

Сравнительный анализ этих результатов обнаружил, что по большинству показателей выпускники городских и сельских школ не имеют достоверных различий ($P > 0,05$). Только в прыжках в длину с места, как сельские юноши, так и девушки показали достоверно большие результаты по сравнению с городскими сверстниками. Но при этом сельские девушки показали достоверно худшие результаты в челночном беге, а сельские юноши в броске мяча, причем уровень достоверности достаточно высок ($P < 0,01$).

Полученные результаты, на наш взгляд можно объяснить особенностями жизнедеятельности и физического воспитания в городских и сельских условиях.

УДК 338.486:659.1

Павлова Анастасия (РБ, Белорусский государственный университет физической культуры, Институт туризма)

Anastasya Pavlova (Republic of Belarus, Belarusian State University of Physical Culture, Institute of Tourism)

Научный руководитель: к.п.н., доцент Филипович И.В.

ВЫСТАВОЧНО-ЯРМАРОЧНОЕ МЕРОПРИЯТИЕ КАК EVENT EXHIBITION AND FAIR AS EVENT

В современной концепции маркетинга выставочной деятельности придается особое значение. Многие предприятия видят в ней важный инструмент маркетинга, так как участие в выставках является полноценным звеном маркетинговых коммуникаций. Данная деятельность дает широкие возможности представить свое предприятие и свой продукт на рынке, заключить контракты, найти новых партнеров, распространить информацию через широкий круг посетителей и журналистов, обменяться опытом работы.

Выставки и ярмарки – это рыночные мероприятия, на которых различные компании (экспоненты) представляют на основе выставочных образцов (экспонатов) производимые ими товары и услуги с целью изучения конъюнктуры рынка и содействия их сбыту. Именно здесь можно достичь самого широкого охвата нужной целевой аудитории, решить поставленные задачи быстро, четко и эффективно. И при этом – минимизировать затраты в сравнении с проведением тех же акций в других местах. Хорошо организованный event вполне окупает себя и как нельзя более способствует становлению положительного имиджа товара или бренда. Для этого особенно важны как концепция проекта, так и концепция event.

В традиционных словарях event означает «событие», «происшествие», «случай», в приложении к маркетингу – «мероприятие». Понятие «event» включает в себя событие, мероприятие, церемонию и шоу. Понятие «event marketing» можно определить как использование публичных мероприятий в качестве инструмента прямой коммуникации (связи) компании со своими партнерами и потребителями.

Запланированные события или *events* – это пространственно-временной феномен, каждый из них уникален вследствие взаимодействия окружающей обстановки, публики, систем управления, включая разработку отдельных элементов и программы. Привлекательность *event* заключается в том, что они всегда разные, никогда не повторяются. Коммуникации осуществляются посредством разнообразных средств массовой информации.

Отличительная черта *event* состоит в том, что это событие позитивно воспринимается и переживается участниками. Каждый *event* ориентирован на определенную цель. Чтобы добиться цели, *event* должен учитывать интересы клиентов (участников): 1) быть активным и увлекательным; 2) производить благоприятное впечатление на участников; 3) четко спланирован и не допускать сбоев [1]. Если планирование не заботится об обеспечении бесперебойного хода мероприятия или ярмарочному стенду и всему, что для него необходимо, не

уделяется должного внимания, уйма работы, времени и денег оказываются затраченными впустую.

Отличительной чертой выставок стало то, что в них постоянно присутствует однообразие: примитивное оформление, «заезженный» формат работы с потребителями и конкурентами, порой отсутствие профессиональной компетентности, неумение привлечь людей. Из-за наличия похожей продукции и отсутствия дополнительного стимулирования посетителей, чтобы привлечь их к своему стенду, выставка теряет свой смысл [2]. Если заниматься организацией выставки, с позиции *event*, то, прежде всего, должна быть проведена тщательная подготовка. Рассмотрим последовательность организации *event*.

1. Темы для обсуждения. Обсуждается текущее состояние и намечается дальнейший ход действий. Определяется:

1) оптимальный спрос на основе обратной связи по предыдущим участиям в ярмарках;

2) необходимое обеспечение наиболее благоприятных условий функционирования выставочного стенда (включая актуальное оформление бренда);

3) возможные темы, которые должны быть представлены (например, новые материалы в рекламе туристического направления);

4) возможные шоу-номера, почетные гости.

5) возможные меры по оптимизации расходов.

6) условия объявления конкурсов на монтаж стенда и хостесс.

2. Распределение задач. При разработке реальных действий, затрат, интерфейса и т.д. ответственные руководствуются возможными темами, а также расчетом времени.

3. Планирование *event*. Планирование зависит от программы. Поскольку проводятся только индивидуальные беседы с клиентами, *event* как таковой сводится к обсуждениям на стенде, начиная с момента «открытой двери»; это означает, что состав команды, включая обслуживающий персонал, ежедневно, с самого начала выставки, информируется о правилах игры и темах.

Спецэффект на ярмарочном стенде может быть выражен, например, в том, что символ бренда выполнен в стиле граффити; или на стенде перед гостями выступает выдающаяся личность; это может быть также распространение командой продвижения рекламных призов.

Таким образом, каждый *event* – это мероприятие, однако не каждое мероприятие представляет собой *event*. Поэтому рассматривая выставочно-ярмарочное мероприятие с точки зрения *event*-маркетинга, следует отметить основное – его креативность, неординарность и запоминаемость как события для посетителей и потенциальных клиентов.

Список использованных источников

1. Хальцбаур У. Event-менеджмент / У. Хальцбаур, Э. Йеттингер, Б. Кнаузе, Р. Мозер, М. Целлер. – М.: Эксмо, 2007. – 384 с.

2. Event-форум [Электронный ресурс] – Режим доступа: <http://www.event-forum.ru/publications/articles/787> – (дата допуска: 29.10.2014).

УДК 504/338.48

Пахарь Виктор, Пахарь Елена (РФ, Оренбургский государственный университет)
Pakhar Victor, Pakhar Helena (Russian Federation, Orenburg State University)
Научный руководитель: ст. преподаватель Лучко Н.В.

РАЗВИТИЕ МОЛОДЁЖНОГО ТУРИЗМА С ПОМОЩЬЮ ТРАДИЦИЙ
ОРЕНБУРГСКОГО КАЗАЧЕСТВА
DEVELOPMENT OF YOUTH TOURISM WITH TRADITION
ORENBURG COSSACKS

Гражданско-патриотическое воспитание, осуществляемое государством, способствует становлению и развитию личности, обладающей качествами гражданина и патриота своей Отчизны.

Но в данный момент статистика показывает, что количество подростков с девиантным (отклоняющимся) поведением из года в год практически не меняется. И Оренбургская область, к сожалению, здесь не является исключением. Опасной остаётся ситуация с беспризорниками, так как сигналы бедствия не редко поступают из детских домов.

Одним из способов решения данной проблемы является возвращение к традициям воспитания молодежи, заложенным десятилетиями (столетиями) назад, но потерянным при переходе от одного политического строя в другой.

На основе таких традиций можно выстроить произвольную линию защиты и оградить молодых людей от негативного влияния не только на улице, но и дома.

В формировании гражданской личности, сочетающей в себе нравственную, правовую и политическую культуру, ощутимый вклад может и должно внести современное оренбургское казачество.

Оренбургская область является одним из субъектов Российской Федерации, где движение за возрождение казачества получило наиболее широкий размах. Станицы и станичные поселки в оренбургской губернии возникли ещё в 18-19 веке на месте крепостей, редутов, форпостов [1].

Сегодня на территории Оренбуржья восстанавливаются казачьи станицы, казачьи отряды, проводятся социально – культурные мероприятия. Оренбургские казаки осуществляют рейды в неблагополучные семьи и занимаются воспитанием сложных подростков.

Тем не менее, оренбургские казаки, даже при всём своём желании, не могут работать со всеми детьми. Последнее связано с тем, что казачьи школы и училища расположены по территории Оренбуржья неравномерно.

Ещё существуют целые районы в области, где отсутствуют поселения оренбургских казаков. Всё это затрудняет работу казачьих обществ региона с трудными подростками и детьми из неблагополучных семей [2].

Чтобы осуществлять политику государства направленную на защиту детей и молодёжи необходимо применять более доступные методы и способы. Поэтому здесь лучшим вариантом станет организация благоприятных условий для посещения детьми и подростками крупных казачьих мероприятий. Реализовать подобный замысел на практике может помочь молодёжный туризм.

Молодежный туризм - это спорт, здоровье, активный досуг, возможность лучше узнать историю, географию России, прямой путь к воспитанию молодых россиян патриотами и гражданами своей страны [3].

Так во время посещения данных мероприятий подростки будут получать наглядную информацию о промыслах и обрядах казаков Оренбуржья, участвовать в казачьих играх, получат возможность освоить ряд навыков и умений.

Миссия подобных мероприятий будет заключаться в изучении традиций и быта оренбургских казаков – воспитание юных патриотов на примере служения Родине казаками, привитие интереса к прошлому и настоящему Оренбургского казачества, изучение исторического прошлого Оренбургского края.

Для достижения благоприятных результатов в этом направлении деятельности необходимо:

- осуществлять реальное воспитание детей и подростков с помощью традиций оренбургского казачества;
- совершенствовать инфраструктуру, обеспечивающую доступность, качество и эффективность программы по гражданско-патриотическому воспитанию для детей и подростков;
- сделать молодежный туризм «модным» направлением в организации досуга для детей и подростков;
- предложить подросткам молодежный туризм, основанный на традициях Оренбургского казачества, как альтернативу искусственной реальности, заполняющей жизненный вакуум реками пива и клубами дыма.

Финансирование посещений подростками и детьми казачьих мероприятий должно осуществляться за счёт средств из государственного бюджета, регионального бюджета, казачьих фондов, пожертвований спонсоров, меценатов и филантропов.

Таким образом, реализация таких мероприятий с помощью молодежного туризма позволит сократить количество трудных подростков в регионе и воспитать новых патриотов для своей Родины. При этом развитие такого направления в Оренбургской области должно в дальнейшем способствовать притоку молодых туристов из других регионов России и ближнего зарубежья.

Список использованных источников

1. Казачество в прошлом и настоящем [Текст]: Всерос. науч.-практ. конф.: 260-летию Оренбург. казачьего войска посвящается / отв. ред. Л. И. Футорянский. - Оренбург: ОГУ, 2007. - 143 с.
2. Союз казаков: 1990-2000 / В.Д. Батырев, О. В. Матвеев, А.И. Изюмов. – М.: РУСАКИ, 2000. – 192 с.
3. Территория молодежного туризма [Официальный сайт]. URL: <http://mt-163.narod.ru/>.

УДК 379.853:364.65

Перевозчикова Юлия (РФ, Хакассский государственный университет)

Yuliya Perevozchikova (Russian Federation, Khakassia State University)

Научный руководитель: к.и.н., доцент Моруденко Ю.И.

ЭКСКУРСИОННАЯ ПРОГРАММА НА ВЕЛОТАНДЕМАХ
КАК ФОРМА СОЦИАЛИЗАЦИИ ЛЮДЕЙ С НАРУШЕНИЯМИ ЗРЕНИЯ
EXCURSION PROGRAMME ON HOW VELOTANDEM
FORM OF SOCIALIZATION OF PEOPLE WITH VISUAL IMPAIRMENT

С целью социальной адаптации и реабилитации слабовидящих людей посредством экскурсионной деятельности нами был разработан проект «Радуга возможностей». Основная идея проекта заключается в том, что в процессе его реализации планируется за 7 разнообразных по тематике экскурсионных программ (количество цветов радуги) познакомить людей с нарушениями зрения с основными экскурсионными объектами города Абакана, что позволит создать равные возможности для осуществления права ограничено дееспособных граждан на отдых и приобщения их к городским культурным ценностям.

Актуальность данного проекта подчеркивается тем, что в настоящее время членами Хакаской республиканской организации Всероссийского общества слепых являются 1220 человек. В Абакане проживает более 500 человек с ограниченными возможностями зрения, среди которых 120 детей. К сожалению, на данный период разработанных экскурсионных программ для этой категории экскурсантов в Абакане не представлено.

Одной из экскурсионных программ данного проекта является экскурсия «Преображенский парк – доступная среда для каждого!», которая проходит по одному из самых красивейших мест Абакана и организуется с использованием велотандема. Планировка парка удобна для всех категорий людей с ограниченными физическими возможностями, в том числе и инвалидов по зрению: широкие аллеи, гладкое асфальтовое покрытие, невысокие бордюры, минимальное число ступеней. В местах парка, где перепады рельефа значительны, имеются и ступени, и плавный спуск.

Велотандем – экологический транспорт, позволяющий перемещаться на ограниченных парковых территориях. В этой экскурсии планируется организация смешанных групп - в одном велотандеме находятся и зрячие люди, и люди с нарушением зрения, что в свою очередь, помогает слабовидящим экскурсантам лучше ориентироваться на маршруте. Экскурсовод передвигается по маршруту на велосипеде. В рассказе экскурсовода акцент делается на детальное описание экскурсионных объектов, а также тактильное и слуховое восприятие отдельных элементов показа экскурсантами, что, в свою очередь, помогает более комплексно познакомиться с экскурсионными объектами людям с ограниченными возможностями зрительного восприятия.

Цель экскурсии: знакомство экскурсантов с нарушениями зрения с основными достопримечательностями Преображенского парка

Задачи экскурсии:

- организация досуга и расширение рамок общения инвалидов по зрению;

- получение практического опыта подготовки и проведения экскурсионных программ для данной категории экскурсантов;
- использование возможностей экскурсионной деятельности в системе комплексной реабилитации инвалидов, развитие их адаптационных навыков в общественной и повседневной жизни;
- совершенствование навыков пространственной ориентации слабовидящих экскурсантов;
- стимулирование познавательной активности людей с ограниченными возможностями зрения, расширение представлений об окружающем мире;
- пропаганда здорового и активного образа жизни.

Таким образом, туристская деятельность выступает важнейшим социализирующим фактором, приобщая людей с ограниченными возможностями к общению, согласованию действий, восстанавливая их самооценку. Кроме того, социокультурная реабилитация способствует расширению творческого потенциала инвалида. Основу процесса социокультурной реабилитации составляет участие инвалидов в разнообразных экскурсионных программах, которые направлены на развитие коммуникативных навыков, приобретение опыта социального взаимодействия, новых умений и навыков, расширение круга общения.

УДК 796/799

Пискунова Екатерина (РФ, Пермский край, г. Чайковский, ФГБОУ ВПО Чайковский государственный институт физической культуры)

E. Piskunova (Russian Federation, Chaikovsky, Perm region, Tchaikovsky state Institute of physical education)

Научный руководитель: к.п.н., доцент Кугушева Т.В.

АКТУАЛИЗАЦИЯ СПОРТИВНО-ОЗДОРОВИТЕЛЬНОГО ТУРИЗМА СРЕДИ НАСЕЛЕНИЯ

ACTUALIZATION OF SPORT TOURISM AMONG THE POPULATION

В настоящее время туризм в жизни населения имеет достаточно многогранное понятие. Кто-то предпочитает путешествовать в комфортабельных условиях на теплоходах и автобусах, автомобилях и поездах, целью которых является знакомство с различными уголками нашей планеты. Для значительного количества туристов понятие "туризм" имеет иное значение. В его смысл они вкладывают не только познание нового, но и оздоровление. Поэтому, выбранная тема становится наиболее *актуальной* в рамках жизни, деятельности и отдыха населения.

Спортивно-оздоровительный туризм – это отдых и тренировка одновременно. Он объединяет любителей пеших, горных, водных походов и ассоциируется с километрами, пройденными нехоженными тропами, палаткой и

костром. Существует классификация видов спортивного туризма: пешеходный, лыжный, горный, водный, спелеотуризм, альпинизм, дайвинг и др.[2].

Кроме того, спортивно-оздоровительный туризм это не только спорт: он позволяет познакомиться с природой и культурой проживающих в районе путешествия народов, насладиться общением с природой, испытать незабываемые ощущения, проходя различные маршруты [1].

В настоящее время стало более популярным использовать активные формы отдыха, ориентируясь на здоровый образ жизни. При этом надо иметь в виду многочисленные прикладные направления его развития, которые определяют его массовый характер. Данный вид туризма подходит для любых социальных слоев населения, потому что заниматься им не составляет никаких сложностей.

В Российской Федерации укрепляется тенденция развития внутреннего и въездного туризма. Активно используются как историко-культурный потенциал, не менее популярен активный отдых при использовании природного потенциала.

Для привлечения населения к занятиям спортивно-оздоровительным туризмом требуется высокопрофессиональная постановка туристского дела в стране, освоение новых для путешествий и турбизнеса районов, среди которых природные территории России.

Считавшиеся ранее периферийными природные территории Урала, Западной и Восточной Сибири, сейчас активно вовлечены в туристскую деятельность.

Так, например, на территории г. Чайковский (Пермский край) создан специализированный Федеральный Центр Подготовки по Зимним Видам Спорта «Снежинка», деятельность которого распространяется не только на спортсменов, но и на любые группы населения. Его структурное подразделение – лыжно-биатлонный комплекс, предлагает всем жителям и гостям г.Чайковский принять участие в спортивно-оздоровительном туризме. Зимой на данной территории возможен прокат лыж, а летом можно испытать свои силы на лыжероллерах и велосипедах.

Развитие природных территорий определяет:

- дальнейшие возможности для туриста с целью укрепления здоровья;
- возможность путешествовать;
- качественный, безопасный отдых;
- повышение воспитательно-образовательного и культурного уровня посредством походов и путешествий;
- профессиональная ориентация.

Кроме того, приобретенные туристом навыки и умения в процессе активной деятельности дают возможность в будущем определиться с выбором специальности (геофизик, геолог, эколог и т. д.); дают представление о деятельности полевых гражданских и воинских (МЧС и т. д.) подразделений; в сфере туристского бизнеса и на предприятиях, производящих специальное снаряжение, оборудование, сувенирную продукцию [2]. Пропаганда и развитие спортивно-оздоровительного туризма способствует как оздоровлению населения, так и подавлению пристрастий к вредным привычкам. На сегодняшний день в современном обществе стало не только полезным, но и модным поддержание

здорового образа жизни. Таким образом, поддерживается активный образ жизни и развивается спортивно-оздоровительный туризм.

Список использованных источников

1. Официальный сайт «Федерация спортивного туризма России»- [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.tssr.ru/>
2. Федотов Ю.Н. Спортивно-оздоровительный туризм: учебник/Федотов Ю.Н., Востоков И.Е. - Издательство: Советский спорт. - 2008 г.

УДК 640.4.

Погоний Кристина (РФ, Тульский государственный университет)

Kristina Pogonii (Russian Federation, Tula State University)

Научный руководитель: доц. каф. ТИГ А.С. Малафий

АНАЛИЗ СТАНДАРТОВ ОБСЛУЖИВАНИЯ В «ТРИУМФ ОТЕЛЬ» ANALYSIS STANDARDS OF SERVICE IN THE «TRIUMPH HOTEL»

В настоящее время гостиничная деятельность является одной из самых востребованных в мире. Индустрия гостеприимства – самая динамично развивающаяся и высокорентабельная отрасль экономики. Условия и правила проживания в разных отелях незначительно, но отличаются. Рассмотрим стандарты обслуживания клиентов при бронировании номеров на примере четырехзвездочного бизнес-отеля «Триумф Отель».

«Триумф Отель» расположен в Калужской области, в городе Обнинске. Бизнес-отель открылся в марте 2013 года и входит в десятку крупных отелей России. Развитая инфраструктура отеля и новейшие дизайнерские оформления позволяют гостям чувствовать себя комфортно.

Однако отель ведет активную политику по совершенствованию качества обслуживания. В связи с этим достаточное внимание уделяется подготовке и отбору персонала. В отеле разработаны стандарты, касаемые внешнего вида сотрудников (весь обслуживающий персонал соблюдает строгий дресс-код), процесса бронирования и общения с клиентами. В таблице 1 представлены основные требования, которые предъявляются к персоналу.

Таблица 1 – Требования к персоналу контактных и неконтактных служб

Требования к персоналу контактных служб	Требования к персоналу неконтактных служб
<ul style="list-style-type: none">– безупречное поведение;– знание этики и психологии общения;– коммуникабельность;– знание иностранных языков;– опрятный и привлекательный внешний вид;– ограничение возраста.	<ul style="list-style-type: none">– наличие специального образования и опыт работы в данной сфере.

Отель работает круглосуточно, поэтому бронирование осуществляется 24 часа в сутки, и в большинстве случаев является первой точкой контакта клиента с гостиницей. Сотрудники обязаны приложить все усилия для создания благоприятного впечатления и позитивного образа гостиницы в глазах клиентов. Сотрудник должен разговаривать с «улыбкой» в голосе, дружелюбно, приятным голосом, полным энтузиазма. В ситуации, когда менеджеры по резервированию не справляются с заявками, на звонки отвечают сотрудники службы приема и размещения. Все требования также прописаны в стандарте по бронированию отеля «Триумф». Согласно данному стандарту сотрудники должны выполнять следующие требования:

1. Не позднее третьего сигнала снять телефонную трубку и представиться: «Отель Триумф». Служба размещения. Портье Юлия. Добрый день».

2. Внимательно выслушать собеседника.

3. Усвоить всю информацию, если что-то непонятно, уточнить.

4. Предоставить клиенту быстро и четко, в полном объеме всю интересующую его информацию, включая сведения о номерном фонде, тарифах на номера, различных дополнительных услугах, имеющихся в отеле.

5. Если клиента не устраивает предложенный вами вариант, предложить альтернативные решения.

6. После обсуждения и выбора, сделанного клиентом, заполнить бланк заказа установленного образца, делая необходимые отметки в нужных графах.

7. Все заявки на бронирование должны содержать следующие сведения: число и категории номеров, сроки проживания в гостинице, фамилии приезжающих, форму оплаты.

8. Зарегистрировать заявку в журнале и присвоить ей регистрационный номер, который сразу же сообщить клиенту. Если понадобится письменное подтверждение, отправить его по факсу.

9. Заканчивая разговор, улыбнуться и вежливо попрощаться с клиентом: «До свидания, спасибо, что Вы проявили интерес к нашему отелю, будем рады видеть вас».

10. Если клиент обращается с просьбой о бронировании номеров лично в службу размещения, портье должен предложить ему заполнить бланк заказа установленного образца. Такая заявка оформляется также как и заявка по телефону.

11. Занести принятое бронирование в компьютер.

Проведенный контент-анализ отзывов клиентов отеля позволяет сделать вывод о том, что отель является одним из лучших в Обнинске по качеству обслуживания. Таким образом, выполнение разработанных стандартов обслуживания позволяет гостиничному комплексу «Триумф Отель» оставаться одним из лучших мест в Калужской области для проведения мероприятий любого уровня.

Список использованных источников

1. «Триумф Отель» [Электронный ресурс]: «Триумф Отель» // Официальный сайт.// 2013. [сайт] URL: <http://triumph-hotel.com/> (дата обращения 29.10.2014).

УДК 338.482

Погудина Анна (республика Беларусь, Белорусский государственный университет физической культуры, Институт туризма)

Pogudina Anna (Republic of Belarus, Belarusian State University of Physical Culture, Institute of Tourism)

Научный руководитель: к.п.н., доцент Филипович И.В.

СЕГМЕНТАЦИЯ ПОТРЕБИТЕЛЕЙ ТУРИСТИЧЕСКИХ УСЛУГ SEGMENTATION OF CONSUMERS OF TOURIST SERVICES

Современная индустрия туризма и гостеприимства – это отрасль экономики, где существует высокая конкуренция. Это обстоятельство обуславливает повышенное внимание предприятий, оказывающих услуги в туристической сфере к качеству своих услуг, гибкости и скорости реакции на изменения окружающей среды, индивидуализации предложения услуг. В связи с этим, многие туристические компании отказываются и от массового маркетинга, и от маркетинга, ориентированного на товары, предпочитая целевой маркетинг. Эта концепция ведения бизнеса основана на сегментации реальных и потенциальных потребителей и концентрации маркетинговой деятельности только на выбранных целевых сегментах [1].

Сегментация туристического рынка определяется как деятельность по классификации потенциальных потребителей в соответствии с качественными и количественными особенностями их спроса. Другими словами, осуществляя сегментацию, предприятие делит рынок на отдельные группы клиентов, для каждой из которых могут потребоваться одинаковые или схожие виды услуг. Главная цель сегментации – обеспечить адресность туристическому продукту, так как он не может отвечать запросам сразу всех потребителей. Посредством ее реализуется основной принцип маркетинга – ориентация на потребителя [2].

В туризме распространено сегментирование туристического рынка по разным признакам (географическому, демографическому, социально-экономическому, психографическому и поведенческому), а также на основе их сочетания [3].

Сегментирование по *географическому* принципу предполагает разделение рынка на разные географические объекты: страны, штаты, регионы, округа, города и т.д. Сегментирование по географическому признаку часто используется органами статистики. Они подразделяют генеральную совокупность туристов на однородные группы по регионам (странам) их происхождения.

Сегментирование по *геодемографическому* признаку. Региональная разбивка нередко дополняется сегментированием по признаку "город-село" или по уровню урбанизации (размерам населенных пунктов). Хотя в последнее время наблюдается стирание различий между запросами городского и сельского населения, жителей крупных и малых городов и все они активно вовлекаются в сферу туристских обменов, величина и характер туристского спроса по-прежнему зависят от местожительства потребителей.

Сегментирование по *демографическому* принципу заключается в разделении рынка на потребительские группы на основе таких демографических

переменных, как возраст, пол, размер семьи, этапы жизненного цикла семьи, уровень доходов, род занятий, образование, вероисповедание, раса и национальность.

Социально-экономический признак выделяет сегменты потребителей на основе общности социальной и профессиональной принадлежности, а также уровня дохода, образования, воспитания. Социальный статус человека зависит от его материального положения. Уровень дохода выступает одним из признаков принадлежности к высшему, среднему или низшему слою общества. В маркетинге он часто используется как самостоятельный социально-экономический фактор сегментирования потребительского рынка.

Психологическая сегментация делит покупателей на разные группы по признакам принадлежности к общественному классу, образу жизни или личностным характеристикам. Люди попавшие в одну и ту же демографическую группу, могут иметь совершенно разные психологические особенности. Психология изучает образ жизни людей, т.е. устоявшиеся формы их бытия в мире. Эти формы находят выражение в деятельности, интересах и мнениях.

Сегментирование по *поведенческому* принципу предполагает разделение рынка на группы потребителей по уровню их знания товара, отношению к товару, характеру его использования или по реакции на товар. Если психологическое сегментирование сконцентрировано на потребителях его личностных характеристиках и образе жизни, то при сегментировании по поведенческому признаку клиент рассматривается в увязке с продуктом.

Сегментирование проводится либо по одному из вышеперечисленных принципов, но чаще всего основываясь на их сочетании. Таким образом, сегментация рынка и позиционирование продукта на рынке являются мощным средством для получения признания на туристическом рынке, повышения конкурентоспособности и понимания потребителей. При исследовании компаниями потребностей своего целевого рынка они должны определить возможности создания желаемого имиджа, который будет отличать их от конкурентов. В этом случае изучение генеральной выборки потребителей гарантирует определение своего сегмента туристического рынка на основе их предпочтений и возможностей, позволит сформировать собственную клиентскую базу и сделать работу туристического предприятия стабильной. Следует лишь указать на то, что подобным сегментированием должен заниматься хорошо подготовленный маркетолог, сведущий в психологии продаж.

Список использованных источников

1. Дурович А.П. Маркетинговые исследования в туризме: учеб. пособие/ А.П. Дурович – СПб.: Питер, 2008. – 236 с.
2. Котлер Ф. Маркетинг менеджмент. Экспресс-курс. 2-е изд. /Ф. Котлер – СПб.: Питер, 2006. – 340 с.
3. Туристическая библиотека [Электронный ресурс] / Александрова А.Ю. Международный туризм. – Режим доступа: http://tourlib.net/books_tourism/aleks31.htm – Дата доступа: 07.11.2014.

РОЛЬ ПОЛИКУЛЬТУРНОСТИ В РАЗВИТИИ ТУРИЗМА В ХАКАСИИ
ROLE IN THE DEVELOPMENT MULTICULTURAL TOURISM
IN KHAKASSIA

Сближение стран и народов, усиление их взаимодействия являются основополагающими факторами развития современного общества. В связи с этим поликультурность, по мнению В. И. Матиса, представляет собой «сохранение и интеграцию культурной самобытности личности в условиях многонационального общества, что позволяет формировать толерантные отношения между разными национальностями, воспитывать культуру межнационального общения» стала неотъемлемой чертой международного взаимодействия [5, с.7]. Растущее осознание мировой общественностью нарастающего противоречия между повышением уровня полиэтничности социальной среды, в которой живет и трудится человек, и его неподготовленностью к этим изменениям, привело к тому, что о поликультурности все чаще говорят в последнее время как о характеристике, соответствующей современным тенденциям социально-политического развития России и мира.

Актуальным становится вопрос о бесконфликтном сосуществовании национальных культур в одном государстве или регионе. Тот факт, что проблема не является чисто российской, что она присуща практике самых разных государств, подтверждает ее масштаб, значимость и остроту. Речь идет о готовности жить в открытом обществе, где сосуществуют представители разных национальностей и этнических групп, а, следовательно, носители разных культурных традиций [4].

Наиболее ярко поликультурность проявляет себя в этнографическом туризме, который основан на интересе туристов к подлинной жизни народов, к ознакомлению с народными традициями, обрядами, творчеством и культурой. В современном мире человек стремится к самоидентификации, ищет и изучает свои этнические корни для того, чтобы почувствовать себя особенным, обладающим глубинной историей и собственными культурными традициями. А познание других культур и этнических особенностей позволяет ему составить целостную картину многогранного мира народов и народностей, уникальных в своей индивидуальности. Этнический туризм содействует более тесным связям, обменом представителями этих народов, включению их культуры в мировое культурное наследие [6].

К настоящему времени в силу не только внешних, но в большей степени внутренних причин, проблема поликультурности стала актуальной практически для всех регионов и территорий России, в том числе и Хакасии. Как национально-государственное образование Хакасия имеет территориальную особенность в том, что в нем проживают более 70 национальностей на небольшой территории.

Население Хакасии формировалось, прежде всего, за счет естественного прироста и миграционного процесса. Так за период с 1929 года население Хакасии увеличилось почти в пять раз. Всплеск миграции в Хакасию наблюдался во время освоения целины (1950-1960), в период формирования Саянского территориально-производственного комплекса, и продолжался до середины 1980-х годов. Миграция в эти годы играла важную роль одного из источников формирования населения Хакасии, представленного представителями 107 национальностей [1. с.123].

В середине 1990-х годов в Хакасии стали создаваться культурно-национальные центры немцев, поляков, чувашей. Люди стали больше интересоваться своей культурой. По данным переписи населения (2012г.) национальный состав населения Республики Хакасия представлен русскими, хакасами, немцами, украинцами, поляками, корейцами, эстонцами и др. народами [2]. Например в пос. Усть-Камышта и Соленоозерный проживают этнические немцы, а в пос. Туим - группа финнов, в аале Доможаков - чувашаи.

Такое многообразие привлекает иностранных туристов, целью путешествия которых является знакомство с культурой и традициями народов Хакасии, а также сосуществование хакасской культуры с культурой и традициями их собственного народа.

По информации туринафоцентра Хакасии, с 1 января по 30 июня 2014 года республику посетили уже 2,7 тысячи иностранных туристов. По сравнению с аналогичным периодом прошлого года, количество иностранных туристов увеличилось на 193 %. Большая часть иностранных туристов едет из Европы: Германии, Италии, Венгрии, а также из стран Прибалтики [7].

Список использованных источников

1. Анафьянова Т. В. Этнические особенности структуры населения Хакасии // Современные наукоемкие технологии. – 2010. – № 8 – С. 123-127
URL: www.rae.ru/snt/?section=content&op=show_article&article_id=6464 (дата обращения: 15.10.2014).
2. Всемирная география: [Электронный ресурс] <http://worldgeo.ru/russia/lists/?id=33&code=19>
3. Доклад международной комиссии по образованию для XXI века, представленный ЮНЕСКО. – Париж, 1997. – с. 52
4. Образовательный туризм: [Электронный ресурс] http://obrtur185.ucoz.ru/index/polikulturnoe_obrazovanie/
5. Суконкина Т. Н. Формирование мультикультурного общества в регионе // Регионология. -2010-. № 2.
6. Этнографический туризм (Этнотуризм): [Электронный ресурс] <http://www.rusotdih.ru/publications/show15/>.
7. Туристско-информационный портал Республики Хакасия: [Электронный ресурс] <http://www.torism19.ru/>.

УДК 615.851.4

Рафиков Фаниль (Республика Казахстан, г. Павлодар, Инновационный Евразийский университет)

Fanil Rafikov (Kazakhstan Republic, Pavlodar, Innovative University of Eurasia)

Научный руководитель: магистр психологии, ст. преподаватель М.Н. Чернышов

ВАЛЕОЛОГИЧЕСКОЕ ВОСПИТАНИЕ В УСЛОВИЯХ ВЫСШЕГО УЧЕБНОГО ЗАВЕДЕНИЯ VALEOLOGIKAL UPBRINGING IN UNIVERSITY CONDITIONS

Здоровье человека достигается не только ведением здорового образа жизни и профилактикой заболеваний, но еще и достаточными знаниями и умениями правильно организовать мероприятия по сохранению и улучшению здоровья. Никто и ничто не сможет помочь сохранить здоровье, приумножить его или, наоборот, потерять, как это делают сами люди. Мы всё чаще наблюдаем примеры неадекватного поведения подростков, казалось бы, из самых благополучных семей. Наркомания, алкоголизм, проституция процветают в благополучных по экономическим показателям обществах.

Именно наука о здоровье – валеология - позволяет представить человека как биосоциальное единство и вместе с тем предлагает широкий спектр форм, средств и методов управления индивидуальным состоянием здоровья личности.

Таким образом, можно утверждать, что по силе валеологического потенциала и способности воздействия на сохранение и приумножение здоровья человека данный феномен является по существу одним из самых значительных и эффективных, поскольку любая из ценностей физической культуры в той или иной мере работает на здоровье человека. В связи с этим возрастает роль валеологического воспитания, ключевой проблемой которого становится процесс формирования физической культуры личности.

В основу валеологических знаний положены информационные и практические подходы к формированию здорового образа жизни: ознакомление студентов с многообразием традиционных и нетрадиционных средств и методов сохранения и укрепления здоровья, воспитание потребности в здоровом стиле жизни. Нашей целью являлось исследование уровня знаний студентов в области валеологических знаний. Предмет исследования – валеологические знания в физической культуре. Объект исследования – уровень знаний студентов в области сохранения и улучшения здоровья молодёжи.

Гипотеза: расширение объёма валеологических знаний студентов, сформирует у них стремление и умение правильно относиться к своему здоровью и стилю жизни.

Для достижения цели нами были поставлены следующие задачи:

1. Включение тем по валеологии в теоретический курс физического воспитания студентов первого курса.
2. Проведение тематических письменных опросов.
3. Анализ полученных данных.

В исследовании приняли участие 200 студентов первого курса Инновационного Евразийского университета.

На первом этапе работы студенты в форме сочинения-размышления отразили уровень своих знаний в области сохранения и улучшения здоровья. Проанализировав полученные данные, мы пришли к выводу, что 41% студентов имеют поверхностный уровень знаний.

Для повышения уровня знаний студентов нами в теоретический курс физического воспитания были включены следующие темы валеологических знаний: 1) факторы, влияющие на здоровье индивида и населения в целом; 2) критерии оценки здоровья индивида и населения; 3) факторы здорового образа жизни; 4) гигиена и воспитание положительных гигиенических привычек; 5) формирование и развитие человека на примере возрастной периодизации; 6) двигательная активность и её значение для здоровья человека; 7) рациональное питание; 8) закаливание; 9) профилактика заболеваний различных систем организма человека; 10) психологическое здоровье человека; 11) духовно-социальное здоровье человека; 12) табакокурение и его последствия; 13) алкоголизм – как социальная проблема; 14) наркомания в современном обществе; 15) половое воспитание.

Материал по данной тематике освещался в рамках аудиторных часов по дисциплине «Физическое воспитание» в объёме двух часов в неделю в течение первого семестра в виде интерактивных лекций, видео-лекций, тренингов.

После прослушанного теоретического курса студенты снова в письменной форме отразили уровень знаний теперь уже по каждой теме. После анализа работ, мы выявили, что 100% студентов овладели валеологическими знаниями в глубокой степени и выявили желание и стремление пересмотреть свои взгляды на образ жизни, который они сейчас ведут. В результате проведённой работы мы пришли к выводу о необходимости разработки и внедрения в учебный процесс авторского курса «Валеологическое воспитание», так как заявленная нами гипотеза подтвердилась.

УДК 338.482.22

Русак Светлана (РБ, Белорусский государственный университет физической культуры, Институт туризма)

Sviatlana Rusak (Republic of Belarus, Belarusian State University of Physical Culture, Institute of Tourism)

Научный руководитель: Михеева Е.А.

ОСОБЕННОСТИ МЕНЕДЖМЕНТА СОБЫТИЙНОГО ТУРИЗМА ESPECIALLY OF THE MANAGEMENT OF EVENT TOURISM

Событийный туризм является направлением, которое в современном мире набирает все большую популярность. Основная цель такой поездки приурочена к какому-либо событию. Туры, сочетающие в себе традиционный отдых и участие в разнообразных зрелищных мероприятиях планеты, ежедневно приобретают все больше почитателей. Главная особенность событийного туризма – множество

ярких неповторимых моментов. Это перспективный и динамично развивающийся вид туризма [1].

Целями посещения в событийном туризме могут выступать самые разнообразные мероприятия: карнавалы, фестивали, показы мод, концерты, парады, ярмарки и так далее. Все зависит от выбора самого туриста, от его интересов и целей. Ключевым остается само мероприятие, некое событие или ивент (от англ. «event» – «событие»). При организации подобных мероприятий используются специальные методы управления, характерные для ивент-менеджмента.

Ивент – развлекательное или рекламное представление, осуществляемое на театральной сцене, кино- или телеэкране, на спортивной или цирковой арене с использованием разного рода сюжетных ходов, изобразительных приемов, световой техники, компьютерной графики и т.п.; это процесс, во время которого планируется, готовится и создается специальное мероприятие. Как и любая другая форма организации, она охватывает оценку, определение, сбор данных, локализацию, управление, контроль и анализ времени, финансов, персонала, услуг и других ресурсов и объектов.

Понятие ивента включает в себя событие, мероприятие, церемонию и шоу. Событие – важнейший мотивирующий фактор в туризме. Ивенты заметно влияют на развитие и маркетинговые планы большинства туристических мероприятий.

Также как и событийный туризм, событийный или ивент-менеджмент – это быстрорастущая профессиональная область. Ивент-менеджмент – это прикладная область изучения и пространство профессиональной практики, посвященное планированию, проведению и управлению специальными мероприятиями, такими как фестивали, всевозможные празднования, развлечения, политические и государственные события, спортивные и связанные с искусством ивенты, мероприятия, относящиеся к бизнесу и корпоративным делам (встречи, совещания, выставки) и частным (свадьбы, вечеринки, семейные мероприятия) [2].

Соприкосновение ивент-менеджмента и менеджмента туризма происходит при организации массовых специальных мероприятий, привлекающих большое количество участников в целях развития туристической дестинации. Событийный туризм объединяет спортивный, культурный, бизнес туризм, так как цель поездки приурочена к конкретному событию или мероприятию. Разработкой, планированием и проведением ивентов занимается такая отрасль как ивентменеджмент. Изучением потребностей туристов, развитием туристической дестинации занимается менеджмент туризма. Объединив эти две области знаний, мы получаем событийный туризм, который, в свою очередь, продвигает туристическую дестинацию через проводимые событийные мероприятия или ивенты.

В настоящее время ивент-менеджмент сформировался в отдельную самостоятельную сферу деятельности и соответствующую дисциплину. И если заняться его «генеалогией», то необходимо отметить прямых и дальних «родственников». Рождению событийного менеджмента предшествовали теоретические и практические работы по культурологии, социологии, теории и

практике режиссуры массовых праздников, маркетингу, менеджменту, политологии, социальной философии, психологии; труды, посвященные организации комплекса социальных коммуникаций, системы связей с общественностью, проведению социологических исследований [3].

Список использованных источников

1. Бабкин А.В. Специальные виды туризма / А.В. Бабкин. – Ростов н/Д.: Феникс, 2008. – 252 с.
2. Событийный туризм и ивент-менеджмент [Электронный ресурс] / Все о туризме: туристическая библиотека. – Режим доступа: <http://tourlib.net>– Дата доступа: 07.11.2014
3. Герасимов С.В. Менеджмент специальных событий в сфере культуры: Учебное пособие / С.В. Герасимов, Г.Л. Тульчинский, Т.Е. Лохина. – СПб.: Издательство «Лань»; Издательство «ПЛАНЕТА МУЗЫКИ», 2009. – 384 с.

УДК 338.487-027.541:659.1

Сафарова Берта (РФ, Уфимский государственный университет экономики и сервиса)

Berta Safarova (Russian Federation, Ufa state University of Economics and Service)

Научный руководитель: к.с.н., доцент Шеин Ю.П.

ПРОБЛЕМЫ ПРОДВИЖЕНИЯ РЕГИОНАЛЬНЫХ РОССИЙСКИХ ТУРИСТСКИХ ПРОДУКТОВ НА ВНУТРЕННЕМ И МИРОВОМ РЫНКАХ THE PROBLEMS OF RUSSIAN REGIONAL TOURISTIC PRODUCTS' PROMOTION IN THE DOMESTIC AND GLOBAL MARKETS

Индустрия туризма может развиваться и приносить доход за счет усилий государственной власти, наличия инвесторов, туроператоров и смежных с ними рыночных субъектов и систем туристской инфраструктуры.

Однако текущая статистика отрасли въездного и внутреннего туризма в России показывает невысокую консолидацию в ней денежных средств.

При этом доходы зарубежных стран от российских туристов многократно превышают доходы нашей страны от иностранцев-туристов.

Рассмотрим некоторые важные причины недостаточной популярности российских туристических продуктов, проблемы их продвижения на рынке.

По причине своего «северного» географического положения Россия не является и объективно не может стать страной массового въездного туризма, например, с целью летнего пляжного отдыха.

Тем не менее, туристские рекреационные возможности России велики. Это отдых в различных климатических зонах, оздоровление с использованием уникальных курортных ресурсов, интересные туристские маршруты, речные и

морские круизы, охота и рыбалка, спортивный туризм, экстремальный, приключенческий, событийный, экологический туризм и многое другое.

Также, историко-культурный туристский потенциал нашей страны явно не ограничен Москвой, «Золотым кольцом России» и Санкт-Петербургом.

Но все же, не смотря на высокий туристский потенциал и значительные туристские ресурсы, Россия и её регионы, в т.ч. Республика Башкортостан (РБ), пока что занимают незначительное место на мировом и российском (для РБ) туристских рынках.

Исследователями туризма РФ был проведен опрос, участникам которого (туроператорам, туристическим фирмам, представителям региональных органов власти) было предложено оценить такую характеристику своего региона, как «привлекательность для туризма» по десятибалльной шкале, где 1 – это «полное отсутствие условий для туризма», а 10 – «максимально комфортное, привлекательное место для туризма».

Средняя оценка по всем регионам РФ составила 6,6 баллов, при этом, высокую оценку – 8-10 баллов своему региону поставили 34% респондентов, а низкую (от 1 до 4 баллов) только 17%.

Основные выводы по обзору потенциала и факторов развития въездного туризма в регионах России: средняя оценка по 10-балльной шкале по всем регионам составила 6,6 баллов.

По своей значимости все факторы, которые определяют туристическую привлекательность регионов, распределились при этом следующим образом:

- наличие в регионе архитектурных и культурных достопримечательностей;
- наличие в регионе выдающихся природных объектов;
- наличие оздоровительных ресурсов;
- активная деятельность бизнеса;
- наличие мест для активного отдыха и спорта.

Факторы, влияющие на развитие туризма в регионах, по значимости распределились следующим образом:

- географическое расположение региона и его климатические условия;
- деятельность турфирм по продвижению региона на рынке въездного туризма;
- безопасность и комфорт пребывания в регионе;
- экономическое развитие региона.

По мнению опрошенных, взаимодействие туристических фирм и органов государственной и местной власти, складывается трудно. Без государственных инвестиций невозможно развитие базы въездного туризма: транспортной инфраструктуры, ремонта и реставрации памятников истории и культуры, создания зон рекреации и спортивных зрелищ и т.п. Частному туристическому бизнесу решение этих задач пока не по силам. [1]

Впрочем, частный бизнес и сам не очень активно решает некоторые задачи: разрабатывает и создает новые туристические программы, пакеты, маршруты, готовит профессиональных гидов, экскурсоводов, специалистов по организации въездного туризма.

Таким образом, выявляется институциональная проблема организации государственно-частного партнерства.

Считаем, что здесь имеет место также низкая заинтересованность в развитии внутреннего и въездного туризма в РФ со стороны региональных органов власти и бизнеса, низкая эффективность государственного управления в сфере инфраструктурного обеспечения туризма.

Представленные выше положения касательно продвижения региональных туристских продуктов не охватывают всего спектра проблематики развития внутреннего и въездного туризма в регионах России. Но, на наш взгляд, именно их решение является началом работы по оптимизации туристской деятельности по направлениям внутреннего и въездного туризма в регионах России.

Список использованных источников

1. Аналитический отчет по теме «Повышение туристической привлекательности регионов как стратегический фактор развития. Возможности кризиса проблемы и методология их решения». – Екатеринбург: «Институт общественного проектирования», 2010.

УДК 338.486.23:338.48-44(26)(470)

Сенаторова Виктория (РФ, Тульский государственный университет)

Viktoria Senatorova (Russian Federation, Tula State University)

Научный руководитель: к.т.н., доцент Пономарёва И.Ю.

МОНОПРОФИЛЬНЫЕ И МНОГОПРОФИЛЬНЫЕ ТУРОПЕРАТОРЫ: КРУИЗНЫЙ ТУРИЗМ В РОССИИ MONO- AND MULTI-SECTORIAL TOUR OPERATORS: CRUISE TOURISM IN RUSSIA

Профиль работы всех туроператоров можно поделить на два вида: монопрофильные и многопрофильные. Существенная разница в их деятельности заключается в количестве видов предлагаемых туров. Монопрофильные практикуют деятельность в определенном географическом направлении и предлагают туры одного вида. Многопрофильные же туроператоры отличаются одновременной работой с несколькими направлениями и видами туров [7].

В работе были рассмотрены и проанализированы шесть ведущих российских туроператорских компаний, одним из профилей которых является круизный туризм: «Водоходь», «Волго-Балтийские путешествия», «Бриско», «Метрополис круиз», «Гама» и «Натали Турс».

Ознакомившись с отзывами клиентов, пользовавшихся услугами туроператора «Водоходь», и перечнем предоставляемых услуг на официальном сайте компании можно сделать следующие выводы: компания «Водоходь» является монопрофильной, так как специализируется исключительно на речных круизах по водным просторам России; она разрабатывает и предоставляет

множество различных маршрутов, с учётом всех предпочтений клиентов: продолжительность, стоимость, наличие развлекательных программ, условий размещения и комфортабельности кают, услуг питания и разнообразия интересных экскурсий. «Водоходь» зарекомендовал себя среди турагентств очень надёжным, исполнительным и обязательным партнером.

Персонал этого туроператора достиг высокого профессионализма в круизном туризме, что привлекает большой поток новых туристов и имеет уже наработанную годами широкую клиентскую базу. Несмотря на все положительные стороны компании, имеются и минусы: некоторые клиенты, пользовавшиеся услугами этого туроператора, считают, что нужно расширить ассортимент блюд, предоставляемый ресторанами теплоходов, лучше продумать некоторые программы экскурсий и разнообразить развлекательную программу на борту.

Туроператор «Волго-Балтийские путешествия» схож по многим критериям с туроператором «Водоходь». Он, как и компания «Водоходь», является монопрофильным, специализируясь только на речных круизах. «Волго-Балтийские путешествия» разрабатывают много маршрутов по рекам России, но основным преимуществом этого туроператора являются дополнительные круизы по рекам Европы, таким как Дунай, Рейн и Рона. Множество турагентств сотрудничают именно с этим туроператором, так как уверены в качестве их круизов и профессионализме всего персонала компании.

«Бриско» является многопрофильным туроператором, специализируясь на пляжном отдыхе, горнолыжном туризме, а также занимаясь разработкой морских круизов в Египте. На наш взгляд, на данный момент у туроператора «Бриско» круизный туризм развит недостаточно, так как компания может предоставить лишь незначительное количество маршрутов. В пользовании туроператора одно небольшое судно, что говорит о возможности обслуживания весьма ограниченного количества туристов.

«Метрополис круиз» – национальная монопрофильная круизная компания, основной специализацией которой является организация морских и речных круизов на высококлассных судах. За годы работы на рынке России компания накопила немалый опыт, развила обширную агентскую сеть, включающую более 1400 фирм и охватывающую практически всю Россию, ближнее и дальнее зарубежье. Главная заслуга фирмы – создание уникального продукта, полностью адаптированного под отечественного потребителя. Совокупность усилий экипажа, туроператора, артистов и дирекции круиза создает на теплоходе семейную, доверительную, клубную атмосферу.

На основании отзывов клиентов, пользовавшихся услугами туроператора «Гама», и информации, предоставленной на официальном сайте компании, можно сделать следующее заключение: компания «Гама» специализируется только на речных и морских круизах по водной глади РФ, поэтому является монопрофильным туроператором. «Гама» закрепила за собой хорошую репутацию среди множества турагентств, ведь все сотрудники «Гамы» – профессионалы. Но имеются минусы: некоторые клиенты считают неудовлетворительным техническое состояние теплоходов, жалуются на

маленькие порции и на качество пищи в ресторанах, недовольны размерами кают: считают их тесными.

«Натали Турс» – туроператор с безупречной репутацией на российском рынке выездного туризма. Практически каждый сезон компания предлагает туристам новые регионы отдыха, курорты, программы. «Натали Турс» – многопрофильный туроператор, специализирующийся на массовом отдыхе и предлагающий клиентам комплексные туры по разным странам, а также морские и речные круизы по всему миру.

Проведя анализ шести российских туроператоров, можно сделать следующий вывод: в основном монопрофильные компании достигают высокого профессионализма в круизном туризме; все работники этих туроператоров максимально информированы и у них наблюдается высокое качество работы в данном направлении.

К недостаткам монопрофильных компаний можно отнести рост зависимости их деятельности от поставщиков туристических продуктов и необходимость постоянно модифицировать предлагаемые туры.

Плюсами многопрофильных туроператоров можно назвать большие возможности охвата туристического рынка, возможность комбинирования туров и небольшую зависимость туроператора от конкретного направления, хотя у многих туроператоров в связи с этим наблюдается снижение качества продаваемых туров.

Список использованных источников

1. Официальный сайт туроператора «Бриско» [электронный ресурс] // бриско.ру: [сайт]. [2014]. Url: <http://brisco.ru/> (дата обращения 10.11.2014).
2. Официальный сайт туроператора «Водоходъ» [электронный ресурс] // водоходъ.ком: [сайт]. [2014]. Url: <http://www.vodohod.com/cruises/info/faq/> (дата обращения 10.11.2014).
3. Официальный сайт туроператора «Волго-Балтийские путешествия» [электронный ресурс] // вбп.ру: [сайт]. [2014]. Url: <http://www.vbp.ru/> (дата обращения 10.11.2014).
4. Официальный сайт туроператора «Гама» [электронный ресурс] // гама-нн.ру: [сайт]. [2014]. Url: <http://gama-nn.ru/in/> (дата обращения 10.11.2014).
5. Официальный сайт туроператора «Метрополис круиз» [электронный ресурс] // мкруиз.ру: [сайт]. [2014]. Url: <http://www.mkruiz.ru/> (дата обращения 10.11.2014).
6. Официальный сайт туроператора «Натали Турс» [электронный ресурс] // наталитурс.ру: [сайт]. [2014]. Url: <http://www.natalie-tours.ru/> (дата обращения 10.11.2014).
7. Профиль работы туроператора и особенности деятельности [электронный ресурс] // турфак.нет: [сайт]. [2013]. Url: <http://tourfaq.net/travel-business> (дата обращения: 1.11.2014).

УДК796.5

Стекачева Наталья (РФ, Чайковский государственный институт физической культуры)

Stekacheva Natalia (RF, Tchaikovsky state Institute of physical culture)

Научный руководитель: ст. преподаватель Возисова М.А.

РАЗВИТИЕ БАЗОВЫХ ТУРИСТСКИХ НАВЫКОВ МЛАДШИХ ШКОЛЬНИКОВ.

THE DEVELOPMENT OF BASIC TOURISM SKILLS OF YOUNGER STUDENS.

Актуальность. Младший школьный возраст важный этап в жизни ребенка, по сравнению с дошкольником, основным видом деятельности является – учение. Как и всякий переходной возраст, он богат скрытыми возможностями развития, которые важно своевременно улавливать и поддержать [3].

На протяжении этого периода у ребенка развивается теоретическое мышление, он получает новые знания, умения, навыки - создает необходимую базу для всего своего последующего обучения. Школьная успеваемость является важным критерием оценки ребенка как личности со стороны взрослых и сверстников, отражается на самооценке ребенка, его самоуважении. Успешная учеба, осознание своих способностей и умений качественно выполнять любые задания приводит к становлению чувства компетентности. Если чувство компетентности в учебной деятельности не формируется, у ребенка снижается самооценка и возникает чувство неполноценности [2]. Физиологические особенности младшего школьника заключаются в формировании изгибов позвоночника, но окостенение скелета еще не заканчивается, быстрая утомляемость (особенно при письменных работах) у учащихся 1-2 классов, хорошо снабжается кровью мышцы сердца, головной мозг увеличивается, особенно лобные доли головы [2]. Основными трудностями ребенка становится школьный режим, взаимоотношения с учителем, с товарищами по классу, в семье, насыщенность учебного материала. Таким образом, у ребенка происходит существенная психологическая перестройка, он приобретает новые привычки. На основе появившихся интересов к содержанию учебного материала у него закрепляется положительное отношение к учению [4].

С туристской деятельностью дети знакомятся примерно в возрасте 10-11 лет, когда приходят в секции или кружки. Но на самом деле в этом возрасте они уже должны уметь и знать очень много о туристской деятельности, например, правила нахождения в лесу, стороны горизонта или как найти дорогу домой, если вдруг заблудишься.

Исходя из вышесказанного, мы предполагаем, что проведение третьего урока физической культуры туристической направленности, поможет сформировать необходимые умения и навыки для жизнедеятельности в нестандартных и чрезвычайных ситуациях.

Объект исследования. Базовые туристские навыки.

Предмет исследования. Урок физической культуры, как средство базовых туристских навыков. Цель. Изучение возможностей урока физической культуры, как средства формирования базовых туристских навыков.

Гипотеза. Мы предполагаем, что проведение 3-его урока физической культуры с туристской направленностью, позволит сформировать у учащихся базовые навыки в туризме. Подвижные игры туристской направленности, использованные на занятиях, будут способствовать здоровому образу жизни, помогут донести до детей важность физической культуры.

Заключение. Средствами туризма решаются задачи всестороннего развития личности. Туризм помогает приобрести жизненный опыт, способствует формированию устойчивых убеждений и взглядов на происходящие в жизни события. Базовые туристские навыки закладывают основу формирования действий в нестандартных жизненных ситуациях. Знакомясь в туристских походах с окрестностями, постройками, предприятиями и их выдающимися работниками, дети более осмысленно подходят к выбору профессии. Сталкиваясь с трудностями, они учатся преодолевать их не в одиночку, а коллективом. Туризм привлекает детей своей эмоциональной насыщенностью, неким романтизмом, который дети увидят в походной обстановке.[1]

Список использованных источников

1. Ганопольский В.И. Туризм и спортивное ориентирование: В.И. Ганопольский, Е.Я. Безносиков, В.Г. Булатов. М.: Физкультура и спорт, 1987. - 240 с.
2. Дорохов Р.Н., Губа В.П. Возрастные особенности детей дошкольного и школьного возраста - раздел Спорт.- Спортивная морфология.- М.- СпортАкадемПресс.- 2002
3. Константинов Ю.С. Детско-юношеский туризм: учебно-методическое пособие / Ю.С. Константинов. – М. :ФЦДЮТиК, 2006. – 600с.
4. Федотов Ю.Н., Востоков И. Е. Спортивно-оздоровительный туризм. Текст: учебник/ Ю.Н. Федотов, И.Е. Востоков; под ред. В. А. Таймазова, Ю. Н. Федотова. – 2-е изд., испр. и доп. – М.: Советский спорт, 2008.-464 с.: ил.

УДК 379.851

Тишковская Светлана (РФ, Хабаровская государственная академия экономики и права)

Svetlana Tishkovskaya (Russian Federation, Khabarovsk State Academy Of Economics and Law)

Научный руководитель: к.э.н., доцент Голубева И.А.

К ВОПРОСУ ОБ ИСПОЛЬЗОВАНИИ ИНТЕРНЕТ-РЕСУРСОВ ДЛЯ РЕАЛИЗАЦИИ ТУРИСТСКИХ ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫХ ПРОГРАММ TO THE QUESTION ABOUT THE USE OF THE INTERNET RESOURCES FOR THE REALIZATION OF TOURIST EDUCATIONAL PROGRAMS

Образовательный туризм является одним из востребованных видов туризма, ведь именно получение новых знаний стало потребностью современного общества. В настоящее время международный образовательный туризм

представляет собой быстро развивающееся направление в сфере образовательных услуг, главная цель которого получение образования или краткосрочного обучения.

Образовательные программы считаются основой образовательного туризма и составляют доход объемом немного превышающий 200 млн. евро за 2013 год [1]. По продолжительности их можно условно разделить на долгосрочные и краткосрочные.

Долгосрочные программы занимают порядка 20% процентов в общем объеме образовательных программ, и представляют собой подготовительные курсы в университете за рубежом для дальнейшего зачисления на 1 курс на бакалавриат при стандартном обучении от 3-4 лет или поступление на постдипломные программы: магистратуру, аспирантуру и МВА на 1-2 года [2].

Краткосрочные программы более востребованы на современном туристском рынке и занимают порядка 80% от общего объема образовательных туров [2]. Их продолжительность может варьироваться от 15 дней до 3 месяцев. Короткие программы являются актуальным видом отдыха и дают уникальную возможность получить бесценный опыт общения за границей необходимый для личностного развития и карьеры. Согласно статистическим данным за период 2005 - 2010 гг. количество туристов, предпочитающих «отдых + обучение» выросло на 40%, и имеет тенденцию к дальнейшему росту [3].

Краткосрочные программы условно классифицируются на: языковые курсы для детей и подростков (8-17 лет) с погружением в языковую среду; курсы для молодежи (17-25 лет) – языковые и предметные курсы; курсы для профессионалов (от 30 лет) - бизнес-курсы, курсы профессиональной лексики; курсы для всей семьи – семейные языковые курсы; курсы для старшего поколения (от 50-60 лет) – курортно-санаторные программы с изучением языка.

Несмотря на все преимущества образовательного туризма, сегодня налицо и его недостатки. Образовательные программы реализуются посредством крупнейших российских туроператоров, а так же через школы иностранных языков. Но зачастую, даже популярные и опытные продавцы образовательных туров не могут предложить полного спектра всех имеющихся программ и направлений. Это связано с тем, что туроператоры и школы иностранных языков работают на уровне сложившихся контактов с зарубежными представителями образовательных программ, основываясь на общих потребностях данного сегмента туристов. Таким образом, индивидуальные запросы туристов в получении эксклюзивных образовательных программ зачастую не могут быть реализованы.

В настоящее время на туристском рынке актуальным стало использование интернет-ресурсов по поиску образовательных туров. Однако вся их совокупность сегодня имеет ряд недостатков: нет полного спектра языков при выборе программы, что создает проблемы на пути удовлетворения запросов потенциальных туристов (в основном обучение ведется на английском, немецком, французском, испанском, итальянском и китайских языках) отсутствуют: португальский, чешский, финский, корейский, японский, и др.; не существует единой базы поиска образовательных туров, позволяющей сравнить цены,

условия проживания и др. (большинство сайтов предоставляют информацию в ограниченном количестве. Сайт любой компании, занимающейся образовательным туризмом, не имеет подвязки к общей базе хранения зарубежных образовательных программ).

В связи с этим возникает потребность создания единой поисковой системы образовательных программ за рубежом, основной целью которой будет являться оптимизация поиска тура согласно личным предпочтениям потенциального туриста. В настоящее время таким ресурсом может стать русскоязычный сайт по бронированию и поиску образовательных туров за рубежом www.study-express.ru, представляющий собой современную онлайн-систему поиска, ретранслирующую каталог зарубежных учебных заведений и программ обучения на другие сайты [4].

Современный туристский рынок требует быстрой адаптации к изменяющимся условиям и запросам клиентов, именно поэтому данный ресурс, при условии его постоянной модернизации и пополнении новыми данными, может стать единой базой образовательных программ, способной обеспечить актуальной и достоверной информацией продавцов образовательных туров и индивидуальных туристов, организующих своё обучение самостоятельно.

Список использованных источников

1. Российские туристические новости: Образовательный туризм URL:<http://www.trn-news.ru/> (дата обращения: 25.10.2014 г.)
2. Центр обучения за рубежом "students international" URL:<http://studinter.ru/> (дата обращения: 25.10.2014г.)
3. Научная электронная библиотека «киберленинка»: оценка развития рынка образовательного туризма URL:<http://cyberleninka.ru/> (дата обращения: 25.10.2014г.)
4. Онлайн-система поиска образовательных туров «стади-экспресс» URL:<http://www.study-express.ru/> (дата обращения 25.10.2014 г.)

УДК 338.48

Худякова Анастасия (РФ, Донской Государственный Технический Университет)
Khudyakova Anastasia (Russian Federation, Don State Technical University) Научный руководитель: к.г.н., доц. Карабанова И.В.

РАЗВИТИЕ ЭКОЛОГИЧЕСКОГО ТУРИЗМА В КАМЧАТСКОМ КРАЕ DEVELOPMENT OF ECOLOGICAL TOURISM IN THE KAMCHATKA REGION

В настоящее время экологический туризм активно развивается и с каждым годом становится все популярнее во всем мире. Тяга к новым впечатлениям и одновременно беспокойство за состояние окружающей среды – пожалуй, две основные причины данного развития.

Однако, несмотря на огромное количество природных ресурсов, в России данный вид туризма находится на довольно низком уровне. Я бы хотела показать

хотя бы часть потенциала территорий нашей страны на примере экотуризма в Камчатском крае.

Камчатский край занимает территорию полуострова Камчатка, прилегающую часть материка, остров Карагинский и Командорские острова, с востока омывается Беринговым морем Тихого океана, с запада – Охотским морем. Одно только географическое положение может многое сказать о возможностях территории, однако, чем больше мы рассматриваем природу края, тем больше причин для развития экологического туризма находим.

На территории Камчатского края протекает более 14000 рек и ручьев, находится немалое количество горных хребтов, около 300 вулканов, среди которых 29 действующих, а так же множество гейзеров, горячих источников и фумарол. Помимо ландшафтов, большую ценность представляют собой места обитания различных видов диких животных и птиц[1].

Именно неповторимые ресурсы природы данной территории стали причиной создания там шести особо охраняемых природных территорий федерального значения, четырех природных парков и двадцати двух заказников регионального значения и пятидесяти девяти памятников природы. А шесть зон, называемых «Вулканы Камчатки», включены в список всемирного наследия ЮНЕСКО. И при всем богатстве природы Камчатского края лишь небольшой процент территории является особо охраняемым.

Основными направлениями туризма в Камчатском крае являются восхождения на вулканы, прибрежные круизы по Авачинской бухте, спортивная охота и рыбалка, рафтинг, дайвинг, плавание на каяках по морю, орнитологический и научно-познавательный туризм, экотуризм, хели-ски, катание на собачьих упряжках и снегоходах, горные лыжи, сноуборд, спортивная охота, лыжные туры, купание в термальных источниках и подледная рыбалка.

Как мы можем видеть, экотуризм, по сравнению со спортивным туризмом, занимает очень малый процент от общего количества. На наш взгляд, в районе, столь богатом различными природными ресурсами, данному виду туризма необходимо уделять больше внимания, чем в настоящее время.

Все действующие в крае турфирмы предоставляют большой выбор различных экотуров и маршрутов по особо охраняемым территориям. Среди них – вертолетные экскурсии в Долину Гейзеров, восхождение на вулканы и осмотр их кратеров, водные прогулки, туры на близлежащие острова, наблюдение за дикими животными на специальных базах и пешие прогулки по особо охраняемым территориям [2].

В то же время, основной проблемой экологического туризма, не только в России, но и в мировой практике, является правильная организация подобных туров. Необходимо учитывать возможное влияние вторжения человека на заповедную территорию, а значит, ставить во главу не комфорт туристов, но сохранность природы. Важно уметь правильно совмещать привлекательность экологического туризма для массового потребителя и внимание к первоначальному предназначению этого вида туризма – знакомством людей с богатством и красотой природы без нанесения ей вреда.

Стоит отметить, что администрацией Камчатского края ведется активная работа по развитию этно- и экотуризма. Различные конференции и круглые столы, посвященные данной тематике, позволяют надеяться на популяризацию экологического туризма и повышение уровня его качества не только в долгосрочной перспективе, но уже в ближайшие года.

Список использованных источников

1. Камчатский туристический портал. Все о туризме и отдыхе на Камчатке. [Электронный ресурс] - Режим доступа. -URL:<http://www.visitkamchatka.ru/nature>
2. Отдых и туризм в Камчатском крае. [Электронный ресурс] – Режим доступа. - URL:<http://turanet.ru/europe/russia/kamchatka/> (дата обращения 30.10.2014)

УДК 338.48

Чеботарева Анна (РФ, Донской Государственный Технический Университет)

Chebotareva Anna (Russian Federation, Don State Technical University)

Научный руководитель: к.г.н., доцент Карabanова И.В.

АНАЛИЗ ПЕРСПЕКТИВ РАЗВИТИЯ ТУРИЗМА В АДЫГЕЕ ANALYSIS OF PROSPECTS ON TOURISM'S DEVELOPMENT IN THE ADYGEYA

Главную привлекательность для туристов, посещающих Адыгею, представляют эстетическое своеобразие ландшафтов республики, его способность оказывать положительное влияние на чувства и эмоции людей. Пять территорий республики входят во Всемирное природное наследие ЮНЕСКО. С одной стороны, это гарантирует сохранение уникальной первозданной природы в регионе, с другой - создает большие сложности строительства на этих территориях туристических объектов.

Глава Республики Адыгея А. Тхакушинов считает основной задачей грамотное использование имеющегося потенциала. В Адыгее проводится планомерная и системная работа в рамках Государственной программы «Развитие туризма».

В настоящее время разработана и принята программа на 2014-2018 годы, в соответствии с которой в этом году планируется направить на развитие туризма 24,5 миллиона рублей. Приоритетная цель развития туризма Адыгеи – укрепление материальной базы туристских предприятий, а также дальнейшая реклама туристских возможностей республики и реализация целевых программ [2].

Проведенный нами анализ территории республики показывает, что туризм развит на ней неравномерно. Основные рекреационные ресурсы находятся в Майкопском районе, где функционируют более 200 туристских и экскурсионных маршрутов к историческим и природным местам. Всего в Майкопском районе располагаются более 500 природных, археологических, географических объектов,

представляющих собой важные ресурсы для развития туризма. Такой плотностью объектов не обладает ни один горный район Краснодарского края.

В настоящее время наблюдаются положительные изменения в развитии малого гостиничного бизнеса, продолжается проведение традиционных мероприятий: это соревнования по автотуризму «Февральские окна», весенние спортивно-туристские игры «Интерралии Белая», экстремальная приключенческая гонка «Марафон 100 км. За 24 часа», эколого-информационная акция «Чистый лес, чистый родник». Они стали знаковыми для республики, играют большую роль в популяризации туристско-рекреационных ресурсов Адыгеи и формируют экологическое мышление.

Открываются новые точки обслуживания туристов: услуги конного проката, квадрациклов, каньонинг, трекинг, рафтинг и джипинг. Отдельного внимания заслуживает организация производства сувенирной продукции с национальной символикой.

Республика Адыгея обладает потенциалом для развития религиозного (паломнического) туризма. Еще в 1877 г. старцы из Старого Афона построили на горе Физиабго православный монастырь, были построены храм, трапезная, кухня, кельи монахов. Планируется восстановление отдельных построек монастыря.

Серьезную проблему в развитии религиозного туризма представляет нехватка подготовленных кадров, которые могли бы не только показать исторические и архитектурные достопримечательности, но и были знакомы с духовными и религиозными ценностями.

Слабо развит в Адыгее деловой туризм. Адыгея должна найти возможности для привлечения в республику представителей деловых кругов и создания для их приема соответствующих условий.

Наиболее перспективным для республики является экологический туризм, основу которого представляет территория Кавказского государственного природного биосферного заповедника. Она является богатейшей сокровищницей биоразнообразия и природных ландшафтов, не имеющей аналогов в мире. Заповедник имеет международное эталонное значение, как участок нетронутой природы, сохранивший первозданные ландшафты с неповторимыми флорой и фауной. Он является лабораторией под открытым небом, где выполняются уникальные научные исследования и проводится экологический мониторинг природной среды. Кавказский Заповедник имеет предпосылки для развития практически всех видов рекреационной деятельности, в том числе для занятий горным и пешеходным туризмом, скалолазанием, спелеотуризмом [1] .

Реализация Государственной программы «Развитие туризма в 2014-2018 году» направлена на рост количества туристов и реализации экскурсантов, рост объема оказываемых туристских услуг, увеличение количества рабочих мест в отрасли, рост объёма привлеченных (внебюджетных) инвестиций, повышение качества туристских услуг.

Таким образом, данный регион обладает колоссальным потенциалом для развития туристической отрасли, благодаря наличию разнообразных туристско-рекреационных ресурсов в совокупности с удобным географическим положением,

благоприятными климатическими условиями, богатейшей историей края и кавказскому гостеприимству его народа.

Список использованных источников

1. Чеботарева А.Е. Реализация эколога-краеведческого компонента при подготовке бакалавров сервиса и туризма в Донском государственном техническом университете./ А.Е. Чеботарева, И.В.Карабанова// Экологическое краеведение: материалы всероссийской науч.-практ. конф, 14 апреля 2014 г. – Ишим: Ишимский государственный педагогический институт им. П.П. Ершова. 2014 – 175с. – С.45-50.
2. В Адыгее принята новая программа по развитию туризма. Голос Адыгеи. [Электронный ресурс] - Режим доступа. - URL: <http://http://www.adygvoice.ru/> (дата обращения 2.11.2014).

УДК 910.4

Черных Олег (РФ, Пермский край, г.Чайковский, ФГБОУ ВПО Чайковский государственный институт физической культуры)

Oleg Chernych (Russian Federation, Chaikovsky, Perm region, Tchaikovsky state Institute of physical education)

Научный руководитель: к.п.н., доцент Кугушева Т.В.

РАЗВИТИЕ ТУРИЗМА В МАЛЫХ ГОРОДАХ (НА ПРИМЕРЕ Г. ЧАЙКОВСКИЙ, ПЕРМСКИЙ КРАЙ) THE DEVELOPMENT OF TOURISM IN SMALL TOWNS (FOR EXAMPLE, TCHAIKOVSKY, PERM REGION)

Туризм является частью экономики любой страны, причем часть эта играет одну из самых важных ролей в жизни населения. Большой город или маленький, каждый из них имеет свои особенности развития туризма. Большой город теряет свою индивидуальность, унифицируясь, он, становится похож на сотни других городов и, посещая зарубежные страны можно заметить схожесть наших мегаполисов.

Но маленькие города, это совсем другая история. Каждый дышит своей жизнью, у каждого своя необычная история, которая привела именно к тому состоянию, в котором находится этот городок. Чтобы российская провинция стала туристически привлекательной, необходимо полноценное сотрудничество власти с бизнесом и населением [1]. Для малых городов, развитие туризма крайне актуально, так как туризм косвенно, так или иначе, связан со многими сферами жизни местных жителей. Туристы привозят с собой деньги и оставляют их в городе: в гостинице, в музее, в магазине, тем самым пополняя городской оборот, который впоследствии будет распределен между всеми жителями города.

Для развития туризма мало природно-культурных достопримечательностей, нужна развитая инфраструктура: гостиницы, квалифицированные кадры и культурные маршруты. Так как развить туризм в провинции краше не просто в 2007 году была создана Ассоциация Малых Туристских Городов [2].

К малым городам относится и не безызвестный город Чайковский, находящийся на стыке республики Удмуртии и Пермского края. К сожалению, город Чайковский не может войти в эту ассоциацию, поэтому этот городок будет идти по своему пути в туризме. В Чайковском имеется очень хорошая база для развития туризма, с трех сторон окруженный водой он имеет доступ к водным рекреационным ресурсам, максимально приближен к лесу, что так же дает преимущество в природно-культурном отдыхе, но как уже сказано выше, этого мало, нужна и развитая инфраструктура.

С целью изучения развития туризма в г. Чайковский был проведен опрос среди жителей и гостей города, в котором участвовало 124 респондента. Задаваемые вопросы касались возможности туристического использования территории: туристская индустрия и инфраструктура, реклама туристских ресурсов территории, транспортная доступность, предложения сувенирной продукции и др. После анализа проведенного опроса были выявлены ряд проблем:

- недостаточная информированность возможных туристов о маршрутах и достопримечательностях города;
- отсутствие информационных стендов (карты, указатели, афиши);
- по путям экскурсионных маршрутов практически отсутствуют лавки с сувенирами и павильоны для продаж сувенирной и ремесленной продукции.

И это далеко не все проблемы на территории города Чайковский, но они, как и многие другие, решаются. Город был включен в программу «Развитие туризма в Пермском крае 2014-2016 гг.», в планах этой программы преподнести миру город Чайковский в виде спортивной столицы Пермского края и повысить общее благосостояние туристкой ветви в этом регионе. Чайковский имеет привлекательные достопримечательности для туристов: музеи, памятники, аллеи, спорткомплексы и многое другое. Всё это развивается и не перестает удивлять, но на данном этапе этого недостаточно, ждать пока закончится программа, сделается всё само собой бесполезно, ведь если люди на местах не будут «шевелиться», а лишь наблюдать со стороны, то в конечном итоге даже программа развития туризма может встать в тупик.

Из вышесказанного можно сделать вывод, город Чайковский имеет благоприятные перспективы в развитии туризма и этим уже занялись соответствующие службы, так же ведется работа по улучшению туристкой отрасли в самом городе, по средствам муниципальной власти и инициативных представителей туристической индустрии. Но всего этого может оказаться недостаточно, если люди на местах сами не будут проявлять инициативу.

Список использованных источников

1. Выдержка из статьи Электронной Российской газеты «На неведомых дорожках» [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.rg.ru/2011/12/19/reg-cfo/turizm.html>.
2. Сайт «Ассоциация Малых Туристических Городов» [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.amtg-rus.ru/>.

УДК: 379.85

Чернышова Наталья (РФ, Российский государственный аграрный университет – МСХА имени К.А. Тимирязева)

Natalya Chernyshova (The Russian State Agrarian University – Moscow Agricultural Academy named after K.A. Timiryazev)

Научный руководитель: ст. преподаватель Морозова С.И.

ТУРИЗМ КАК ВАЖНЕЙШИЙ КОМПОНЕНТ РАЗВИТИЯ ТЕРРИТОРИЙ TOURISM AS AN IMPORTANT COMPONENT OF TERRITORIAL DEVELOPMENT

Сегодня туризм – один из важнейших источников доходов и привлечения средств в регионы. Во многих странах мира он стал стремительно развивающейся индустрией и одним из самых прибыльных видов бизнеса. По данным Федеральной службы государственной статистики, только за 2013 г. объем оказанных туристских услуг населению в России составил 126,0 млрд рублей (102,4% к 2012 г.). В сентябре 2014 г. данный показатель достиг 12,9 млрд рублей.

Развитие въездного туризма в нашей стране в последние годы стало широко обсуждаемой темой как на федеральном, так и региональном, местном уровнях. Значительная доля сегодняшних потребителей туристических услуг – это избалованные всеми прелестями зарубежных поездок жители. Именно поэтому одной из самых сложных задач, стоящих перед регионом, является создание, продвижение и предоставление своих услуг в конкурентной борьбе не только с иностранными государствами, но и с другими более развитыми районами. Иными словами, маркетинг территории и устойчивое развитие туризма – «развитие туризма, ориентированное на долгосрочный период, при котором достигается баланс в реализации экономических, экологических, социальных и культурных целей развития, учитываются интересы всех заинтересованных сторон на основе рационального использования туристских ресурсов и всестороннего партнерства» [3].

Республика Марий Эл является одним из тех регионов, где природа, климатические условия, самобытная культура и богатейшая история предоставляют широкие возможности для развития туризма. Это богатая озерами и лесами территория на берегах Волги, где гостеприимно распахнули свои двери музеи г. Козьмодемьянска и «Замок Шереметева» в поселке Юрино. Многочисленные минеральные источники, значительные выходы которых находятся в долинах рек Илеть и Юшут, используются для лечебных целей в санаториях, домах отдыха и больницах. Народным достоянием края являются озера – Яльчик, Глухое, Бездонное, Кичиер, Морской Глаз. Расположенный на Кленовой горе Национальный парк «Марий Чодра» представляет собой интереснейший природно-территориальный комплекс. На его территории построен санаторий «Кленовая гора», где сохранился старейший, исторический экземпляр дуба, получивший название Пугачевского. [2]

Однако, несмотря на такие богатства, которыми наградила природа республику, въездной туризм в Марий Эл практически не развивается, а всеми ресурсами пользуются лишь сами жители, проживающие на данной территории, и

изредка граничащих субъектов. По данным исследования «Инвестиционная привлекательность регионов 2013: акцент на инфраструктуру», проведенного рейтинговым агентством «ЭКСПЕРТ РА», среди субъектов РФ ранг потенциала Марий Эл в 2012 году занял 72 позицию, в 2013 году – 73.

Таким образом, исследования подтверждают отрицательную динамику инвестиционного потенциала Марий Эл. Среди регионов ПФО это худший результат, причем ранг туристической составляющей инвестиционного потенциала Марий Эл был равен 71. Именно поэтому важнейшей задачей для региона становится повышение мотивации у местных жителей для развития туризма в республике, а также инвестиционной привлекательности.

На сегодняшний день можно выделить ряд положительных критериев инвестиционного климата регионов республики:

- природно-климатические условия;
- состояние экологии;
- географическое местоположение;
- политическая стабильность.

Основные усилия по развитию туризма в республике следует направить на формирование конкурентоспособной туристской инфраструктуры:

- современных гостинично-туристских центров;
- рестораны национальной кухни и быстрого питания;
- транспортной инфраструктуры;
- сети туристско-информационных центров.

Развитие туризма в республике будет способствовать решению целого ряда задач:

- повышение экономической активности населения;
- создание рабочих мест и снижение уровня безработицы;
- развитие инфраструктуры региона;
- сдерживание миграции молодежи и трудоспособного населения;
- повышение качества и уровня жизни.

Таким образом, сегодня туризм – один из важнейших рычагов развития регионов и их оздоровления. Усиленное внимание к данной отрасли создаст благоприятную почву для преодоления депрессионного состояния многих регионов страны.

Список использованных источников

1. <http://www.gks.ru/>
2. <http://xn--80aqdibz7g.xn--p1ai/republic/>
3. Устойчивое развитие сельских территорий. Учебное пособие / Коллектив авторов. Под науч. ред. М. Дитериха, А.В. Мерзлова. М.: Эллис Лак, 2013. – 680 с.

РАЗРАБОТКА ПРОЕКТА САНАТОРНО-КУРОРТНОГО УЧРЕЖДЕНИЯ
КАК ВИДА ОЗДОРОВИТЕЛЬНОГО ТУРИЗМА
DRAFTING SPA FACILITIES AS A SPECIES HEALTH TOURISM

В веке глобализации и новых технологий, люди забывают о себе и о своем здоровье. Высокий темп жизни заставляет задумываться о карьере, о том, как улучшить свое благосостояние, при этом человек забывает о своем организме, который нуждается в отдыхе и в восстановлении необходимых жизненных ресурсов.

Человеческая жизнь при оптимизации ее интенсивности предполагает деление на трудовую деятельность и рекреацию - восстановление и расширенное воспроизводство физических, интеллектуальных, эмоциональных сил. Возрастающая роль социальных факторов в жизни общества предполагает создание возможности удовлетворения не только элементарных биологических, но и новых, более высоких потребностей. Необходимо чередовать режим работы и отдыха, если этого не делать в организме накапливается утомляемость, что может привести к психологическим расстройствам, понижению работоспособности, к развитию различных заболеваний [2].

В связи с этой проблемой, разрабатываются и строятся санаторно-курортные учреждения с целью восстановления человеческих ресурсов. Так под рекреацией понимается комплекс оздоровительных мероприятий, осуществляемых с целью восстановления нормального самочувствия и работоспособности здорового, но утомлённого человека.

Рекреация характеризуется величиной времени, в рамках которого происходит восстановление сил, и деятельностью, осознанно или инстинктивно направленной на это восстановление. Потребность человека в рекреации – социально-экономическая категория, меняющая своё содержание в зависимости от характера производительных сил и производственных отношений [1].

Эту потребность может восполнить санаторно-курортное учреждение. В своей работе, мы рассматриваем актуальность проекта по организации санаторно-курортного учреждения в Челябинской области на озере Тургояк.

Санаторий будет находиться на территории Челябинской области, в 100км от города Челябинска, рядом с озером Тургояк. Это самый экологически чистый район, озеро Тургояк считается одним из самых чистых в Российской Федерации и мире. Также озеро Тургояк имеет статус Национального парка, на его территории запрещены любое производство и промышленная деятельность, но санаторно-курортное учреждение может присутствовать только в юго-восточной части озера. Озеро с многочисленными радоновыми ключами, оказывают специфическое действие на организм человека благодаря α -излучению, возникающему при распаде атомов радона. Обладают выраженным седативным и болеутоляющим действием, ускоряют процессы заживления.

Профиль лечения в санатории планируется быть – бальнеологическим [3]. Методы санаторно-курортного лечения: климатолечение, водолечение, массаж, косметология и SPA-процедуры.

В санатории планируется: медицинский пункт, бани и сауны, ванны, тренажерный зал, SPA-центр, косметологический кабинет, 3 бассейна (открытый, закрытый, детский), детская площадка с качелями и горками, универсальный спортивный зал, шатер для барбекю, стоянка для автомобилей, кинотеатр, столовая, физиотерапевтический кабинет.

Инфраструктура санатория. На территории санатория запланирован административный корпус, где будет находиться столовая и кинотеатр. За зданием автостоянка на 50 парковочных мест. Спортивно-медицинский центр. В нем планируется 2 бассейна (большой и детский), тренажерный зал, универсальный спортивный зал, медицинский пункт, косметологический кабинет, SPA-салон, сауна и баня, физиотерапевтические кабинеты, кабинет массажа и ваннные комнаты. За спортивно-медицинским центром находится открытый бассейн, детская площадка, шатер для барбекю.

Номерной фонд санатория. На территории санатория предполагается, что будет расположено 4 деревянных коттеджа и 1 кирпичный корпус. Деревянные коттеджи рассчитаны на 5-7 человек. В коттеджах: гостиная с кухней, 2 спальни, 1 ванная комната, кабинет. Кирпичный корпус представлен 36 номерами различной категории от стандарта до люкса.

Питание в санатории организовано по типу «шведский стол», т.е. врач назначает определенную диету, пациент подходит к своему столу и выбирает, то что он хочет. При этом меню «шведского стола» изменяется ежедневно в течении 7 дней. В данном учреждении представлены виды, не только лечебных услуг, но и спортивных, культурно-организационных и рекреационных услуг.

Все это способствует быстрому восстановлению организма, снятию усталости и улучшению эмоционального фона человека. При этом возможен положительный экономический эффект для области за счет развития такого предприятия в целом и возможного повышения производительности труда отдельных индивидов. Именно в данной плоскости мы видим актуальность и социальное обоснование нашего проекта.

Список использованных источников:

1. Лиханов Б.Н. Географическое изучение природных ресурсов и вопросы их рационального использования. М.,1973. 136с.
2. Николаенко Д.В. Рекреационная география. Владос, 2003. 288 с.
3. Ткачев Б.А. Состояние экосистемы оз. Тургойак // Проблемы экологии и экологического образования в Челябинской области. Тезисы докладов. Миасс: ИГЗ УрО РАН, 1997. С. 64-65.

УДК 338.484

Юцкевич Анастасия (РБ, Белорусский государственный университет физической культуры, Институт туризма)

Yutskevich Anastasia (Republic of Belarus, Belarusian State University of Physical Culture, Institute of Tourism)

Научный руководитель: Абраменко А.А.

ТРАДИЦИИ И НАСЛЕДИЕ КАК ПЕРСПЕКТИВА РАЗВИТИЯ ТУРИЗМА TRADITION AND HERITAGE AS A TOURISM DEVELOPMENT PROSPECTS

Жители планеты все больше и больше путешествуют с оздоровительными, познавательными, деловыми, религиозными, образовательными, развлекательными и другими целями. Однако, более 40% всего мирового туристического потока обусловлено только культурными мотивациями, т.е. созерцать, познавать, стремлением прикоснуться, ощутить, познакомиться с мировыми, национальными и местными культурными ценностями, обычаями, этнографическими способностями, культовыми обрядами и т.д. [1].

Национальный туризм наиболее глубоко из всех видов туризма позволяет досконально и подробно изучить историю, культуру и быт родного края, путешествовать по территории своей страны, посещать достопримечательности национального значения, национальные парки, праздники и гуляния.

Безусловно, именно туристическая индустрия является одной из наиболее заинтересованных отраслей бизнеса и общественной деятельности в сохранении и возрождении объектов наследия. Поэтому основная проблема культурного туризма состоит в том, чтобы объединить две противоположные, на первый взгляд, тенденции – сохранение объектов наследия и развитие туризма – таким образом, чтобы они не противоречили, а дополняли друг друга.

В мире накоплен весьма обширный опыт регулирования на национальном (государственном) и местном уровнях взаимоотношений между туристической индустрией и объектами культурного и природного наследия, в результате чего объекты не только сохраняются, но и возрождаются, приобретают новые формы своего существования, использования и развития. Повсеместно в европейских странах увеличивается число местных администраций, стремящихся сохранить, восстановить местные объекты культурного наследия или реставрировать старые кварталы городов и их архитектурные памятники в целях привлечения туристических контингентов [2].

Благодаря своему историко-культурному потенциалу, национальный туризм в Беларуси развит очень хорошо и пользуется популярностью у населения независимо от возраста или финансового положения.

На протяжении своей многовековой истории белорусский народ создал уникальную культуру. Традиционные народные праздники и обряды, сочетающиеся с христианскими традициями, самобытные ремесла, национальный костюм, белорусская кухня – все это богатое наследие бережно хранят в нашей стране [3].

Однако, не мешало бы приглашать знакомиться с этим и гостей нашей страны.

Каждый путешественник ищет в чужой стране то, чего не увидит на родине. Именно поэтому в исследованиях и практике туризма культурное наследие должно являться основой для создания определенного имиджа/образа территории. И поэтому для развития туризма большое значение имеют места средоточия традиционной культуры.

Память о полиэтничном характере региона возможно сохранять благодаря существованию историко-этнографических комплексов на территории Беларуси а так же созданию новых составляющих культурной жизни страны, например музея, на территории которого воссоздавалась бы история проживания коренных народов с древнейших времен с помощью элементов анимации, представлялись традиции белорусского народа и неповторимый фольклор, проводились различные мероприятия развлекательного и образовательного характера [4].

Идея развития туризма с культурно-познавательными целями связана с принципиально новым тезисом: комплекс историко-культурного и природного наследия. Это специфический и очень важный экономический ресурс страны, он может стать основой особой отрасли специализации, одним из перспективных направлений развития местной экономики и важным фактором духовной жизни.

Процесс функционирования культуры через туризм и одновременно потребность развития туризма как отрасли экономики дает толчок развитию культурных научных исследований культурного наследия и его потенциала для развития туризма.

Список использованных источников

1. Путрик, Ю. Туризм как фактор сохранения наследия: Исторический опыт и традиции / А.Ю. Путрик – М.: Вестник Томского государственного университета, Выпуск № 311, 2008. – С. 2 – 10.
2. Путрик, Ю.С., Гусев, С.В. По данным Всемирной туристской организации при ООН. / Ю. Путрик, С. Гусев – М: Интернет-публикация, 2002.
3. Сиченко А. Развитие туризма для сохранения культурного наследия региона / А. Сиченко. – М.: Человек в мире культуры. – 2012. – № 2. – 4 с.
4. Этнографический туризм в Беларуси [Электронный ресурс] / Режим доступа: <http://www.belarus.by/ru/travel/ethno-tourism> - Дата доступа: 05.11.2014.