

Министерство спорта и туризма Республики Беларусь
Учреждение образования
«Белорусский государственный университет физической культуры»

**МЕЖДУНАРОДНАЯ НАУЧНО-ПРАКТИЧЕСКАЯ
КОНФЕРЕНЦИЯ ПО ПРОБЛЕМАМ ФИЗИЧЕСКОЙ
КУЛЬТУРЫ И СПОРТА ГОСУДАРСТВ –
УЧАСТНИКОВ СОДРУЖЕСТВА НЕЗАВИСИМЫХ
ГОСУДАРСТВ**

(Минск, 23–24 мая 2012 г.)

В четырех частях

Часть 4

**СОВРЕМЕННЫЕ ТЕХНОЛОГИИ
В СФЕРЕ ТУРИЗМА, ГОСТЕПРИИМСТВА,
РЕКРЕАЦИИ И ЭКСКУРСОВЕДЕНИЯ**

**Посвящается 75-летию Белорусского государственного
университета физической культуры**

Минск
БГУФК
2012

УДК796+796:061.3+379.85+004
ББК 75+75.81+32.81
М43

Рекомендовано к изданию редакционно-издательским советом БГУФК

Редакционная коллегия:

д-р пед. наук, проф. *Т. Д. Полякова* (главный редактор);
д-р пед. наук, проф. *Т. П. Юшкевич* (заместитель главного редактора);

д-р филос. наук, доц. *Т. Н. Буйко*;
д-р пед. наук, проф. *Е. И. Иванченко*;
д-р пед. наук, проф. *М. Е. Кобринский*;
д-р филос. наук, доц. *В. Н. Новиков*;
д-р пед. наук, проф. *А. Г. Фурманов*;
д-р пед. наук, проф. *А. М. Шахлай*;
канд. геогр. наук, доц. *Д. А. Бессараб*;
канд. культурологии, доц. *И. В. Воробьева*;
канд. филос. наук, доц. *М. М. Енин*;
канд. пед. наук, доц. *Р. Э. Зимницкая*;
канд. пед. наук, доц. *А. Н. Котко*;

канд. техн. наук, доц. *В. В. Леонова*;
канд. геогр. наук *О. А. Мечковская*,
канд. геол.-минерал. наук,
доц. *М. А. Нагорный*;
канд. биол. наук *В. Е. Подлиских*;
В. М. Разуванов;
доц. РМАТ *Л. В. Сакун*;
канд. пед. наук, доц. *И. В. Филипович*;
канд. пед. наук, доц. *Е. В. Фильгина*;
канд. филос. наук, доц. *И. А. Черкасов*;
канд. геол.-минерал. наук, доц. *Л. В. Штефан*

Международная научно-практическая конференция по проблемам физической культуры и спорта государств – участников Содружества Независимых Государств : в 4 ч. / Белорус. гос. ун-т физ. культуры ; редкол. : Т. Д. Полякова (гл. ред.) [и др.]. – Минск : БГУФК, 2012. – Ч. 4 : Современные технологии в сфере туризма, гостеприимства, рекреации и экскурсоведения. – 193 с.
ISBN 978-985-7023-32-5 (ч. 4).
ISBN 978-985-7023-28-8.

В материалах Международной научно-практической конференции «Современные технологии в сфере туризма, гостеприимства, рекреации и экскурсоведения», проходящей в рамках Международной научно-практической конференции по проблемам физической культуры и спорта государств – участников Содружества Независимых Государств, рассматриваются актуальные организационные, правовые, экономические аспекты индустрии туризма и гостеприимства, современные подходы к формированию и продвижению туристических услуг, прогрессивные методы образовательной деятельности, инновационные технологии в сфере туризма, гостеприимства, рекреации и экскурсоведения.

Представленные материалы могут быть использованы студентами, магистрантами, аспирантами, докторантами, профессорско-преподавательским составом в учебном процессе и научной деятельности в области физической культуры, спорта и туризма.

УДК 796+796:061.3+379.85+004
ББК 75+75.81+32.81

ISBN 978-985-7023-32-5 (ч. 4)
ISBN 978-985-7023-28-8

© УО «Белорусский государственный университет физической культуры», 2012

**БОЛЬШОЙ СОЧИ:
ЛИДЕР РЕКРЕАЦИОННОЙ «ПРИТЯГАТЕЛЬНОСТИ» В РОССИИ**

Е.Ю. Акулова,

Государственный архив Рязанской области,
Российская Федерация

После долгого периода «застоя» в сфере внутреннего туризма, связанного с экономическими и политическими изменениями в стране, в последние годы наблюдается процесс переориентации российского туриста с внешнего на внутренний туризм, возобновления у него интереса к своей стране, ее истории и культуре. Несмотря на существующие ограничения, Россия имеет колоссальный туристический потенциал: богатейшие природно-климатические ресурсы, историко-культурное наследие делают страну одной из самых перспективных с точки зрения туристического освоения. Например, на территории России находятся 24 объекта, только включенных в список памятников мирового наследия ЮНЕСКО, и это – далеко не окончательно выверенная цифра.

Сегодня внутренний туризм в России становится все более популярным. Среди видового многообразия наиболее массовыми и востребованными являются несколько основных направлений:

1) лечебно-оздоровительный туризм, представлен широкой географией (Кавказские минеральные воды, Черноморское побережье, Алтайский край, окрестности Байкала, Камчатка (Начика, Паратунка), Владивостокская курортная зона, побережье Амурского залива);

2) морской туризм, регионально сконцентрированный на курортах Черного, Азовского, Каспийского морей;

3) горнолыжный туризм, массово приуроченный к горным массивам Северного Кавказа (Домбай – Республика Карачаево-Черкессия, Приэльбрусье – Республика Кабардино-Балкария, Красная Поляна – Краснодарский край);

4) экскурсионно-познавательный туризм: Золотое кольцо; Москва, Санкт-Петербург; северные регионы (Карелия, Кижы, Соловки), Поволжье (Казань, Нижний Новгород, Астрахань, Волгоград), Байкал и т. д.

Среди вышеперечисленных направлений морской и пляжный отдых традиционно является самым популярным среди отечественных туристов (более 32 %). Наибольшим спросом исторически пользуются ресурсы Краснодарского края (востребованные виды отдыха: пляжный/морской, лечебно-оздоровительный, экскурсионный, горнолыжный и т. д.).

К тому же регион обладает высоким инвестиционным потенциалом, где стимулирующими причинами выступают следующие: богатые природные и рекреационные ресурсы; политическая стабильность; выгодное экономико-географическое положение и хорошо развитая транспортная инфраструктура; динамично формирующаяся нормативно-правовая база в сфере туризма; возможность реализации выгодных проектов в любой отрасли экономики; наличие высококвалифицированной рабочей силы. В сумме эти факторы определяют вектор устойчивого роста инвестиций в развитие санаторно-курортного и туристского комплекса Краснодарского края. И как следствие, наблюдается повышение спроса на услуги, привлекательность и популярность курортов Большого Сочи (летняя «столица» России).

Ареал Большой Сочи – самый крупный курортный город Черноморского побережья России, протяженностью 145 км, административно разделенный на четыре района: Адлерский, Хостинский, Центральный и Лазаревский.

Туристско-рекреационный район «Большой Сочи» известен своими бальнеологическими ресурсами, богатейшими гидроминеральными источниками (сульфидных, йодобромных, хлоридных, гидрокарбонатных, щелочных вод в Мацесте, Хосте, Чвижепсе, Псеуапсе и Красной Поляне). В этом перечне исторически особое значение для развития всего курорта Сочи имело открытие знаменитых Мацестинских вод. Оптимальное сочетание сероводорода, йода, брома, фтора и коллоидной серы в составе Мацесты способствует излечению многих хронических заболеваний. Помимо источников минеральных вод, в курортной зоне сконцентрированы большие запасы лечебных грязей, что и определило более чем 60-летнюю традицию грязелечения. Например, Имеретинское месторождение иловых лечебных грязей, расположенное в Адлерском районе Сочи, занимает площадь около 400 тыс. кв. метров. Запасы ее составляют более 2,5 млн тонн.

На территории Большого Сочи расположено большое количество достопримечательностей, которые привлекают туристов. Среди них можно выделить: дендрарий, памятник реликтовой природы – Хостинская

тисо-самшитовая роща, сочинский аквариум-террариум, дельфинарий, курортный парк «Ривьера», разнообразные пещеры гор, водопады и др.

Курортный район «Большой Сочи» также имеет специализацию места проведения культурно-массовых мероприятий, таких как всероссийские и международные кинофестивали («Кинотавр»), театральные фестивали «Сочинские бархатные сезоны», фестиваль моды «Бархатные сезоны в Сочи», фестивали органной и джазовой музыки, КВН и др.

Не менее известна и популярна зона «Красная Поляна», наиболее активно развивающийся горнолыжный курорт России, расположенный в 40 км от Центрального Сочи на высоте 600 метров над уровнем моря. В настоящее время его инфраструктурное и социально-экономическое развитие идет с учетом проведения Зимних Олимпийских игр (2014 г.). С этим событием связаны прогнозные перспективы и тенденции развития курортной зоны в целом. В районе Большого Сочи запланировано строительство не только спортивных объектов, но и новых средств размещения, в том числе 2 Олимпийские деревни в Нижнеимеретинской долине и в районе Красной Поляны, культурно-досуговых объектов, медицинских учреждений, обновление инфраструктуры города и т. д. Таким образом, в настоящее время курорт Сочи является крупнейшим инвестиционным проектом государства. Реализация всех запланированных в связи с Олимпиадой проектов сможет повысить статус курорта и вывести его на более высокий – мировой уровень.

В сравнительном аспекте район «Большого Сочи» имеет аналог за рубежом, в Турции (зона Анатолийского побережья). У отечественного туриста более популярны турецкие курорты по причине соотношения цены и качества. Кроме того, анатолийские курорты характеризуются более длительным купальным сезоном. Вместе с тем, Большой Сочи, обладает рядом своих преимуществ: хорошо развитая лечебно-оздоровительная база, отсутствие языкового барьера и различий в менталитете отдыхающих и местного населения, а также отсутствие необходимости оформления заграничных паспортов и т. д. В качестве дополнительных конкурентных преимуществ отечественного курорта можно отметить фактор кардинального улучшения качественного номерного фонда. В этом контексте, выделяется два основных направления: реконструкция/модернизация существующего гостиничного фонда и создание новых качественных средств размещения с развитой инфраструктурой и единой логистической концепцией.

Вместе с тем, при всех позитивных изменениях, пока Сочи является «дорогим» с точки зрения затратной оценки, но массовым с точки зрения спроса. И поглотит ли этот рынок огромное количество новых отелей высокой категории и, соответственно, высокой стоимости проживания? Пока отнюдь не очевидно!

Сочи: страницы прошлого и настоящего. Иллюстрированный сборник статей (Музей истории города-курорта Сочи). – Сочи: Деловой Сочи, 2003. – 231 с.

ИСТОРИКО-ГЕОГРАФИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ РАЗВИТИЯ СОЧИ (XIX–XX ВВ.)

Е.Ю. Акулова

Государственный архив Рязанской области,
Российская Федерация

«Значение для России Сочи... настолько велико, что нет уголка во всей европейской и азиатской России, где не знали бы Сочи..., но из-за плохого устройства огромная масса публики предпочитает уезжать за границу, проживая там десятки миллионов рублей и тем самым обогащая тамошние курорты... А наши более одаренные природой курорты чахнут...» (А. Карташов, староста города Сочи, 1913 г.).

В истории общества часто так бывает, что, казалось, уже «старые» проблемы приобретают новое «звучание». И сегодня единственная субтропическая курортно-рекреационная зона России представляет собой специализированный ареал с недостаточным уровнем развития сервиса. В результате граждане больше предпочитают Анатолийское побережье Турции...

Изучение генезиса проблемы, факторов становления рекреационной зоны Сочи выступает основой для объективной оценки перспектив развития, что актуализирует блок историко-географических исследований. Рассматриваемая тема обладает особой актуальностью в свете предстоящего проведения Зимних Олимпийских игр (2014 г.). Временной лаг оценки должен охватывать триаду «вчера – сегодня» с возможностью оценки перспектив «завтра». С этой целью был использован и обобщен обширный фонд Интернет-ресурсов и материалы, опубликованные специалистами Музея истории города-курорта Сочи. Алгоритм и структура исследования подчинена правилу «от общего – к частному», что определяет необходимость обзора местоположения курортной зоны и вытекающие из этого благоприятные предпосылки специализации.

Сочи – субтропический город-курорт на Черноморском побережье Кавказа – протянулся вдоль побережья на 145 километров (свыше 50 % курортного потенциала Краснодарского края).

Природно-ресурсный потенциал Сочи исторически выступал в качестве своеобразного катализатора круглогодичного санаторно-курортного направления развития всего региона. Рекреационные факторы способствовали и появлению первых признаков цивилизованного курорта. Однако геополитические интересы в XVIII веке предопределили сам выход России к акваториям Азовского и Черного морей с целью контроля морских коммуникаций в страны Ближнего Востока и Южной Европы. Многолетняя конкурентная борьба с Османской Турцией шла с переменным успехом. С целью укрепления своих позиций в регионе Российской стороной было принято решение о строительстве укреплений на побережье. Уже в апреле 1838 года в устье реки Сочи начинается строительство форта Александрия (в 1864 году пост Даховский).

Военное поселение с течением времени заселялось отставными солдатами и матросами, позднее появились переселенцы из Кубанской области и центральных губерний России, что и позволило преобразовать поселение в гражданский посад «Сочи». Превращение Черноморского побережья из арены боевых действий в гражданский регион концентрировало внимание правительства на социально-экономическом развитии края, что при благоприятных природно-климатических условиях стимулировало специализированные научные изыскания.

Перечисленные факторы послужили мощным толчком, предопределившим курортное будущее Сочи и его окрестностей. Однако Сочи далеко не сразу стал известен как курортная местность. Транспортная, бытовая и сервисная необустроенность территории крайне затрудняли развитие рекреационной специализации. И только в 1890-е гг. при правительстве создается Особая комиссия с целью выявления и изучения лечебно-оздоровительных условий региона. Эти меры были закреплены и в ходе административно-территориальной реформы. Так, в 1896 году была образована Черноморская губерния (г. Новороссийск). Одновременно ставится задача развития на основе Большого Сочи курортной зоны, не уступающей европейским стандартам, что расширяет диапазон и спектр научных исследований Черноморского побережья от Новороссийска до Сухуми (1898 г.).

Члены комиссии профессор А.И. Воейков, Ф.И. Пастернацкий, А.Н. Краснов и другие пришли к выводу: «Сочи в климатобальнеологическом отношении представляет собой одно из лучших мест на всем Черноморском побережье». Широкая популяризация результатов исследований и строительство Новороссийско-Сухумского шоссе пробудило в российской публике интерес к побережью как будущей курортной местности. Представители разных слоев российского общества, и в первую очередь – класс имущих, привлеченные перспективностью этой местности, начали интенсивно приобретать в районе Сочи земельные участки, строить дачи и создавать коммерческие предприятия.

Центральное Сочи быстро разрасталось и структурно делилось на аристократическую верхнюю (гостиницы, пансионы, дачи) и нижнюю части (деловая, торговая часть, жилые постройки средних и низших сословий). Как писал А.Н. Краснов: «Верхняя, аристократическая часть города – будущая “Русская Ницца”».

Официально 14 июня 1909 года принято считать датой, с которой эта местность стала приобретать курортное значение. Именно тогда открылся комплекс из двух четырехэтажных гостиниц с театром, кафе, рестораном, имевший водопровод, канализацию, собственную электростанцию и получивший название «Кавказская Ривьера». В первый же год эксплуатации отеля «Кавказская Ривьера» успех превзошел все ожидания. Среди привилегированных классов начался настоящий бум по покупке участков, строительству дач и коммерческих предприятий в Сочи. С целью расширения предприятие организует акционерное общество, в которое вошли «сановники, члены Государственного совета, управляющие отделениями Госбанка, директора частных банков и т. п.».

На основе местных минеральных источников к началу 1910-х гг. оформился Мацестинский курорт. Также получают популярность курортные поселки Сочинского округа: Лазаревское, Хоста, Адлер, Красная Поляна. Соответственно, население Большого Сочи быстро росло за счет строительных рабочих, прислуги, одновременно росло число курортной и дачной публики. Сочи начинает приобретать международное значение. Общую сервисную картину курорта дополняли роскошные парки – Хлудовский, Ермоловский, Приморский и другие, служившие излюбленными местами прогулок и отдыха.

Сочи становится и сезонным культурным центром России, очагами которой были Общественное собрание, Народный дом и библиотека им. А.С. Пушкина. Работали кинематографы «Олимпия», «Модерн», «Кавказская Ривьера». Особой популярностью пользовался Кавказский горный клуб, занимавшийся организацией экскурсий в окрестности Сочи, изданием путеводителей, изучением памятников природы, археологии, этнографии, истории.

В апреле 1913 года в честь 300-летия династии Романовых и 75-летия закладки форта Александрия жителями посада устанавливается памятник «Якорь и пушка», закладывается Платановая аллея. В верхней части города строится собор Михаила Архангела – один из первых в юго-восточной части Черноморского побережья Западного Кавказа. Особенно большое внимание уделялось и развитию транспортной инфраструктуры.

В качестве резюме, в заключительной части хотелось бы отметить заметную параллель между прошлым и настоящим развития Сочи. Так, сегодня наблюдается очередной «бум» по покупке земельных участков и строительству недвижимости. Сочи все чаще становится культурным и спортивным центром страны (творческие фестивали, конкурсы, спортивные состязания и т. д.). Более того, Сочи все отчетливее превращается в деловой и политический центр, где часто проводятся переговоры, в том числе и международного уровня. И вместе с тем Сочи – это единственные в России субтропики, база для научных исследований. Однако сегодня, как и раньше сдерживающим фактором развития курортной зоны выступает недостаточный уровень развития сервиса, энергетической инфраструктуры и транспортных коммуникаций.

Сочи: страницы прошлого и настоящего. Иллюстрированный сборник статей (Музей истории города-курорта Сочи). – Сочи: Деловой Сочи, 2003. – 231 с.

САМОМЕНЕДЖМЕНТ КАК СРЕДСТВО ПОВЫШЕНИЯ ЭФФЕКТИВНОСТИ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ТУРИСТИЧЕСКИХ ОРГАНИЗАЦИЙ

О.Н. Битяй,

Белорусский государственный университет физической культуры,
Республика Беларусь

Известный американский исследователь Питер Друкер в одной из своих работ отмечает, что в новое время одной из важнейших задач научного менеджмента становится проблема управления на уровне одного человека, т. е. самоменеджмент. Человек является одним из важнейших ресурсов организации, ведь благодаря его личному совершенствованию развивается и предприятие, на котором он работает. Также можно утверждать, что эффективность менеджмента и эффективность деятельности специалистов как основы предприятия напрямую влияют на повышение потребительской стоимости, а следовательно, и конкурентоспособности фирмы. Следовательно, можно отметить, что самоменеджмент – перспективное и актуальное направление в научном менеджменте. Оно возникло благодаря потребностям общества и призвано повысить эффективность деятельности человека на основе достижения его личных и профессиональных целей.

Для туристических предприятий Республики Беларусь данная проблема в настоящее время, на наш взгляд, также имеет принципиально важное значение.

В настоящее время, когда материальные активы больше не являются главным источником конкурентного преимущества, их роль переходит к нематериальным активам, прежде всего, к таким как знания. Самоменеджмент – современное направление, возникшее в середине 90-х годов и относящееся к области управленческих знаний. Под данным термином принято понимать последовательное и целенаправленное использование руководителем (специалистом и т. д.) испытанных методов и практических приемов работы в повседневной деятельности для повышения эффективности выполняемых процедур и операций, достижения намеченных целей. На самом деле в настоящее время существуют различные подходы к определению понятия «самоменеджмент». Так, первый подход предполагает, что самоменеджмент направлен на формирование и развитие профессиональных навыков менеджера. Другой подход ограничивает понимание предмета теми навыками, которые вытекают из структуры повседневных управленческих действий руководителя (умение вести деловые переговоры, принимать решения и т. д.). Существует также подход к определению самоменеджмента с точки зрения его отдельных направлений: эффективного управления временем, самоорганизацией, саморазвитием и другое.

В развитии самоменеджмента, безусловно, просматривается взаимосвязь с эволюцией общей теории менеджмента. При этом наибольшее влияние на становление и формирование теории самоменеджмента оказала школа человеческих отношений, теории лидерства и ситуационный подход.

Школа человеческих отношений получила свое развитие благодаря таким ученым, как, например, Мэйо и Макгрегор, которые считали, что индивидуальные особенности каждого сотрудника не должны противоречить организационным требованиям, а напротив, эффективно взаимодействовать с ними. Ситуационный подход внес в научный менеджмент понимание многообразия возможных оценок и подходов, правильность которых зависит от конкретной рассматриваемой ситуации, особенностей внешней среды. Теория лидерства, а именно личностный подход, утверждает, что лидером можно стать, развивая личностные качества. Самоменеджмент также представлен различными концепциями, которые рассматривают отдельные его звенья с различных сторон. Наиболее известными из них являются следующие: концепция Л. Зайверта, который впервые ввел понятие «самоменеджмент» и определил основные его функции; концепция Вудкока и Френсиса, построенная на идее ограничений; концепция Андреева, выделяющая творческий потенциал сотрудников; концепция А. Хроленко, основанная на идее культуры деловой жизни; концепция Карпичева и Варламова, определяющая основные цели самоменеджмента и другие.

Самоменеджмент приобретает особое значение для сферы туризма, поскольку руководители (сотрудники) турфирм в силу специфики бизнеса особенно нуждаются в приобретении навыков управления самим собой. К специфическим чертам туристического бизнеса следует отнести такие, как динамичность развития, глобализация, высокий уровень конкуренции, сезонность работы, ненормированный рабочий день, чаще всего, небольшой размер фирм, большая зависимость результатов деятельности предприятий туристической индустрии от «человеческого фактора», специфичность требований к специалисту в туристической компании.

К сожалению, в туристическом бизнесе Республики Беларусь в настоящее время не уделяют должного внимания данному научному направлению. Возможно дело в том, что решение проблемы перспективного развития нашей страны находится в прямой зависимости от скорости преодоления отживших стереотипов и предрассудков прошлой традиции, очевидной является необходимость проведения новой культурной политики, которая должна быть реализована путем внедрения современных гуманитарных технологий. Новые условия, в которых мы живем, требуют новых подходов. Нам необходимо научиться жить в современном мире, т. е. в системе координат, составляющими которой выступают такие понятия как риск, соревновательность, неопределенность, негарантированность результата, соперничество, конкуренция. С этой точки зрения самоменеджмент можно рассматривать как эффективную инновационную гуманитарную технологию.

Динамичное развитие теории и практики менеджмента, повышение уровня неопределенности внешней среды, обуславливают необходимость дальнейшего исследования отдельных направлений менеджмента, и в частности самоменеджмента, с учетом специфики индустрии туризма.

1. Андреев, В.И. Саморазвитие менеджера / В.И. Андреев. – М.: Нар. образование, 1995.
2. Бурманн, К. Нематериальные организационные способности как компонент стоимости предприятия / К. Бурманн // Проблемы теории и практики управления. – 2003. – № 323.
3. Важадзе, Н. Где учиться директору? / Н. Важадзе // Пять звезд. – 2004. – № 4.
4. Вудкок, М. Раскрепощенный менеджер: Для руководителя-практика / М. Вудкок, Д. Френсис. – М.: Дело, 1991.
5. Галенко, В.П. Менеджмент / В.П. Галенко, А.И. Рахманов, О.А. Стахова. – СПб.: Питер, 2003.
6. Друкер, П.Ф. Энциклопедия менеджмента / П.Ф. Друкер. – М.: Вильямс, 2004.
7. Каплан, Р.С. Организация, ориентированная на стратегию. Как в новой среде преуспевают организации, применяющие сбалансированную систему показателей / Р.С. Каплан, П.Д. Нортон. – М.: ЗАО Олимп – Бизнес, 2004.
8. Шекшня, С.В. Управление персоналом современной организации / С.В. Шекшня. – М.: ЗАО «Бизнес-школа "Интел-синтез"», 2000.

ПОДБОР И ОБУЧЕНИЕ ПЕРСОНАЛА ТУРИСТИЧЕСКОЙ ОРГАНИЗАЦИИ

Н.Н. Гаврилович,

Гомельский государственный медицинский университет,
Республика Беларусь

Интенсивное развитие туризма сопровождается усилением роли туристического бизнеса – деятельности, связанной с организацией всех форм временного выезда людей с места постоянного жительства в целях отдыха, удовлетворения познавательных интересов или в профессионально-деловых в местах временного пребывания. Особая роль в этом принадлежит туристическим организациям, являющимся субъектами туристической деятельности. По своей сути они являются посредниками между поставщиками туристических услуг (гостиницами, ресторанами, транспортными компаниями и т. д.) и потребителями (туристами, являющимися в соответствии с Законом о туризме участниками туристической деятельности) [1].

Туристические организации относят к основным производственным единицам туризма. Их роль проявляется в возможностях:

а) активного воздействия на средства размещения, объекты общественного питания, транспортные организации и другие составляющие туристической индустрии в плане повышения качества предоставляемых услуг и приспособления их деятельности к отдельным видам туризма;

б) влияния на потоки посетителей в отдельные туристические дестинации, обеспечения более равномерного распределения посещаемости по всем территориям, пригодным для туризма, а также распределения посещаемости по времени в целях уменьшения воздействия фактора сезонности и оптимального использования туристической инфраструктуры;

в) пропаганды туризма, привлечения к участию в путешествиях широких слоев населения.

С точки зрения туриста значение деятельности туристических организаций заключается:

а) в экономии времени путешествующих, поддержании постоянной связи и кооперации с поставщиками туристических услуг, знании различных факторов, влияющих на организацию туризма (паспортно-визовые и таможенные формальности, связь, транспорт и т. д.), создании предпосылок для того, чтобы туристические

организации с большей экономией времени могли обеспечивать туристам все условия, необходимые для путешествия;

б) в значительном сокращении материальных затрат туриста благодаря действию более низких цен на транспорт и размещение, предоставляемых туристическими организациями соответствующими производителями услуг;

в) в получении консультационных услуг. Возможность самостоятельной покупки туристических услуг (например, через Интернет) не исключает, а даже наоборот, усиливает роль туристических организаций в совершении комфортных и безопасных путешествий. Цели туристической организации воплощают в жизнь ее сотрудники. Туристическая индустрия уникальна в том смысле, что персонал – это, по сути, часть предлагаемого на рынок продукта. Компетентность, доброжелательность, вежливость и отзывчивость сотрудников во многом определяют удовлетворенность потребителей качеством обслуживания и являются одним из основных конкурентных преимуществ туристической организации.

Сотрудники туристической организации должны знать законодательные и нормативные документы, международные нормы в сфере туризма, иностранный язык в объеме, соответствующем выполняемой работе. Персонал, работающий с клиентами, должен владеть информацией, необходимой для потребителей, повышать свою квалификацию. Помимо профессиональных умений и навыков, знаний в области туристического бизнеса, также необходима соответствующая психологическая подготовка, владение вопросами межличностного общения. Все большее значение приобретают личностные качества работника, его интуиция, опыт, способность и умение оценивать ситуацию с разных сторон, в том числе и с точки зрения клиентов, возможность творчески и новаторски подойти к решению возникающих в процессе обслуживания туристов проблем.

Помимо общих требований к личностным характеристикам сотрудников туристических организаций существуют квалификационные требования к их профессиональным качествам. Они излагаются в профессиональных стандартах для основных категорий работников туристической индустрии (таблица 1) [1].

Таблица 1 – Квалификационные требования к основным должностям работников туристических организаций

Должность	Квалификационные требования
Директор туристической организации	Высшее профессиональное образование, стаж работы в туризме – не менее 5 лет.
Менеджер по продаже туристического продукта, менеджер по формированию туристического продукта	Высшее профессиональное образование, стаж – не менее 3 лет. Высшее образование, специальная подготовка, стаж – не менее 5 лет
Гид-переводчик, экскурсовод	<i>1-я категория:</i> высшее гуманитарное образование, специальная подготовка, стаж работы в должности гида-переводчика 2-й категории – не менее 3 лет. <i>2-я категория:</i> высшее гуманитарное образование, специальная подготовка, стаж работы в должности гида-переводчика – не менее 3 лет. <i>Гид-переводчик:</i> высшее гуманитарное либо среднее специальное образование, специальная подготовка
Организатор путешествий, организатор экскурсий	Высшее профессиональное образование, специальная подготовка, стаж организаторской подготовки в сфере туризма – не менее 2 лет. Среднее специальное образование, специальная подготовка, стаж организаторской работы в сфере туризма – не менее 3 лет
Руководитель туристической группы	Высшее профессиональное образование, дополнительная подготовка, стаж организаторской работы в сфере туризма – не менее 3 лет. Среднее специальное образование, дополнительная подготовка, стаж работы в сфере туризма – не менее 5 лет, прохождение специального инструктажа у должностного лица, ответственного за эксплуатацию маршрута, по которому направляется туристическая группа
Специалист: – по бронированию – по визовому обеспечению – по продаже туристического продукта – по формированию туристического продукта	<i>1-я категория:</i> высшее профессиональное образование, стаж работы в должности специалиста 2-й категории – не менее 3 лет <i>2-я категория:</i> высшее профессиональное образование, стаж работы в должности специалиста – не менее 3 лет <i>Специалист:</i> высшее профессиональное образование без предъявления требований к стажу либо среднее специальное образование и стаж работы в сфере туризма не менее 1 года
Агент по приему заказов	Среднее специальное образование без предъявления требований к стажу работы
Агент по туризму	Высшее (среднее специальное) образование, специальная подготовка, без предъявления требований к стажу работы

Многие туристические организации в целях обеспечения высокого уровня качества предоставляемых услуг разрабатывают стандарты обслуживания – комплекс унифицированных, строго последовательных и обязательных правил обслуживания потребителей. Стандарты обслуживания могут регулировать как стиль работы, внешний вид, права и ответственность сотрудников, так и их отношения с клиентами, поведение в нестандартных ситуациях, отношения при работе с туроператорами и многое другое.

Чтобы сделать труд работника как можно более эффективным в первую очередь осуществляется обучение персонала – процесс получения сотрудниками специфических профессиональных знаний и умений, необходимых для успешного выполнения ими работы. Обучение используется для достижения двух целей. Во-первых, для обеспечения уровня компетентности сотрудника и его вовлеченности в деятельность. Во-вторых, для формирования у сотрудника чувства ответственности.

Для принятых на работу сотрудников, их профессиональной ориентации и адаптации в первую очередь проводится инструктаж – разъяснение и демонстрация приемов работы непосредственно на рабочем месте, ориентированных на освоение конкретных операций или процедур, входящих в круг их профессиональных обязанностей. Кроме того, возможно использование таких методов обучения, как ученичество, наставничество, ролевые игры, тренинги, анализ конкретных ситуаций. Обучение или повышение квалификации персонала обеспечивается также путем участия его в семинарах, мастер-классах, организуемых заведениями, консалтинговыми фирмами, кадровыми агентствами. В качестве дополнительных вариантов обучения может практиковаться отправка сотрудников в рекламные туры, стажировка у туроператоров не только внутри страны, но и за рубежом.

Формы и подходы к обучению персонала весьма многочисленны, поэтому их следует приспосабливать к потребностям и целям деятельности туристической организации. Следует учитывать, что профессиональное обучение – это непрерывный процесс, который осуществляется не только при приеме сотрудников, но и при их назначении на новую должность, для овладения ими необходимыми методами работы, а также при недостатке профессиональных знаний, умений и навыков. Непрерывность обучения персонала, осуществление его на регулярной основе с периодичностью, зависящей от специализации и должностного статуса сотрудника, опережающий характер обучения, гибкость используемых методов и форм – неперемennые условия эффективного функционирования и развития туристической организации.

1. Дурович, А. П. Организация туризма: пособие / А. П. Дурович. – Минск: Современная школа, 2010. – 384 с.
2. Дурович, А. П. Организация туризма / А. П. Дурович. – СПб.: Питер, 2009.

АТТЕСТАЦИЯ КАК ПОДТВЕРЖДЕНИЕ КВАЛИФИКАЦИИ ЭКСКУРСОВОДОВ

Н.Н. Гаврилович, С.Д. Новик,

Гомельский государственный медицинский университет,
Республика Беларусь

Туризм неразрывно связан с экскурсионным обслуживанием, который может представлять самостоятельный вид услуг, формирующих туристический продукт, например, в познавательном туризме. Оказание экскурсионных услуг – это совокупность действий экскурсовода, направленных на удовлетворение информационных, познавательных, эстетических и духовных потребностей людей.

Согласно ст. 22 Закона о туризме при осуществлении экскурсионного обслуживания на территории Республики Беларусь экскурсии проводят экскурсоводы и гиды-переводчики, прошедшие профессиональную аттестацию, подтверждающую их квалификацию, а также сотрудники организаций при проведении экскурсий в данных организациях [1].

Профессиональная аттестация экскурсоводов и гидов-переводчиков проводится в соответствии с положением о порядке и условиях проведения профессиональной аттестации, подтверждающей квалификацию экскурсоводов и гидов-переводчиков. К аттестации допускаются дееспособные физические лица, постоянно проживающие на территории Республики Беларусь, имеющие высшее либо среднее специальное образование или среднее специальное образование и подготовку не менее трех курсов в учреждениях, обеспечивающих получение высшего образования.

Аттестацию в форме аттестационного экзамена, включающего компьютерное тестирование и устное собеседование, проводит аттестационный орган – Национальное агентство по туризму. Для организации и проведения аттестации аттестующим органом создается аттестационная комиссия, которая определяет соответствие претендента установленным требованиям, принимает решение о допуске претендента к аттестации либо об отказе в таком документе, принимает аттестационный экзамен, доводит до сведения претендентов порядок проведения компьютерного тестирования, выполняет иные функции, связанные с проведением аттестации.

Перед аттестацией претенденты вправе пройти подготовку в организациях, определенных для этих целей Национальным агентством по туризму. Оплата подготовки осуществляется организациями, в которых работают претенденты, или самими претендентами.

Для прохождения аттестации в учебно-методический отдел Национального агентства по туризму подаются следующие документы: заявление установленной формы; копию документа об образовании или справку о том, что претендент является обучающимся учреждения образования; копию документа о прохождении подготовки (в случае ее прохождения); аттестационный лист установленной формы; три фотографии размером 3×4; перечень тем экскурсий и их маршрутов.

Аттестация проводится по мере комплектования групп претендентов, но не реже одного раза в квартал. Дата и время проведения аттестационного экзамена назначаются в соответствии с графиком, который формируется в порядке очередности поступления документов для аттестации.

Программа подготовки к аттестационному экзамену утверждается аттестующим органом. На ее основе разрабатываются и утверждаются необходимые для проведения компьютерного тестирования тесты и варианты правильных ответов.

Компьютерное тестирование проводится в присутствии не менее половины членов от общего состава аттестационной комиссии в течение времени, отведенного данной комиссией. Запрещается пользоваться нормативными правовыми актами, справочной или специальной литературой, средствами связи, вести переговоры с другими претендентами. В случаях нарушения данных правил, претендент может быть отстранен от прохождения аттестации и признан не сдавшим аттестационный экзамен. В случае прохождения компьютерного тестирования предоставляются результаты на бумажных носителях, которые претендент обязан подписать.

Количество правильных ответов, являющихся основанием для признания результатов положительными, должно составлять не менее шестидесяти процентов от количества вопросов, содержащихся в экзаменационном тесте. Претенденты, результаты компьютерного тестирования которых признаны положительными, допускаются к устному собеседованию.

При проведении устного собеседования претендентом предоставляется в аттестационную комиссию текст и технологическая карта экскурсии по заявленным темам. Устное собеседование для гидов-переводчиков проводится на иностранном языке.

Результаты устного собеседования признаются положительными, если претендент продемонстрировал знание методики и техники проведения экскурсий, культуру и выразительность речи, правильную дикцию; представленные темы экскурсий соответствуют принципам научности и доступности, связаны с современностью; технологические карты экскурсий составлены в соответствии с установленными требованиями. Аттестационная комиссия имеет право прослушать претендента на экскурсионном маршруте.

По результатам аттестационного экзамена оформляется протокол заседания аттестационной комиссии, в аттестационный лист вносятся соответствующие записи. На основании протокола аттестующим органом издается приказ о прохождении (непрохождении) аттестации и о выдаче (отказе в выдаче, с указанием основания) свидетельства в течение трех дней со дня проведения аттестации.

Результаты аттестации сообщаются претенденту секретарем аттестационной комиссии в трехдневный срок со дня принятия решения аттестующим органом. При несогласии с результатами аттестации претендент имеет право подать апелляцию в аттестующий орган в десятидневный срок после получения информации о принятом решении.

Претендентам, прошедшим аттестацию, выдаются свидетельство и бэйдж установленных форм. Срок действия свидетельства – пять лет. Этот срок по заявлению претендента может быть однократно продлен по его окончании на пять лет при условии прохождения претендентом повышения квалификации.

Сведения об экскурсоводах и гидах-переводчиках, прошедших профессиональную аттестацию, подтверждающую их квалификацию, заносятся в Национальный реестр экскурсоводов и гидов-переводчиков Республики Беларусь.

1. Закон Республики Беларусь от 9 янв. 2007, № 206-3 // Нац. Реестр правовых актов Респ. Беларусь. – 2007. – № 2/1303.

2. Емельянов, Б.В. Экскурсоведение / Б.В. Емельянов. – М.: Советский спорт, 2008.

3. Дурович, А. П. Организация туризма: пособие / А.П. Дурович. – Минск: Современная школа, 2010. – 384 с.

ОРГАНИЗАЦИЯ ВНЕШНЕЭКОНОМИЧЕСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ТУРИСТИЧЕСКОЙ ФИРМЫ

Т.Ю. Гайдаш,

Институт туризма Белорусского государственного университета физической культуры,
Республика Беларусь

Деятельность туроператоров международного туризма невозможно представить без деловых отношений с иностранными партнерами.

Зарубежными партнерами турфирмы, как правило, являются отели, авиаперевозчики, системы бронирования их услуг и заказчики. Сотрудничество с ними оформляется договорами, предметом которых является либо предоставление услуг, либо посредническая деятельность по предоставлению услуг. Такой договор обязательно должен быть заключен в простой письменной форме, в противном случае он будет недействительным.

Необходимо отметить, что многие иностранные партнеры достаточно безразлично относятся как к виду договора, так и к некоторым его тонкостям. Такое отношение обычно связано с особенностями налоговой системы их государства, нормами его гражданского права и широким признанием за рубежом общепринятых обычаев делового оборота, не требующих конкретизации в договоре. Поэтому иностранным партнерам (особенно тем, кто только начинает работу на нашем рынке) тяжело понять, почему наши соотечественники так тщательно подходят к договорным нюансам, прописывая условия, казалось бы, не имеющие значения или понимающиеся сами собой. Но мы находимся в Беларуси и должны учитывать особенности ее гражданского, налогового, валютного и банковского законодательства. Таким образом, лучше сразу объяснить это иностранцам и настоять на включении в договор необходимых пунктов. В качестве последнего аргумента для самых нескоторчивых обычно бывает достаточно упомянуть «невозможность совершения платежа по законодательству Республики Беларусь без включения в договор таких-то условий». Если же партнер и после этого продолжает настаивать на своем, следует выяснить причины такой настойчивости. Иногда они могут повлиять на решение работать с данным конкретным партнером. В будущем такой «осторожный» подход к оформлению договора значительно облегчит работу и поможет избежать многих неприятностей.

При заключении договора с иностранной организацией следует учитывать, что каждый субъект действует в рамках правовой системы своего государства. Поэтому имеет смысл прописать в договоре государство, нормы права которого будут применимы к данным отношениям. При этом в качестве такого государства может быть избрана не только Республика Беларусь и страна контрагента, но и любое другое государство. В общем случае туроператору в качестве применимого права удобнее избрать право Республики Беларусь, поскольку ему оно известно лучше.

В переговорах с партнером следует прийти к соглашению и о виде договора. Типовые договоры иностранных исполнителей, как правило, являются договорами возмездного оказания услуг. Исключение составляют договоры с авиаперевозчиками. Однако такой вид договора не всегда подходит белорусским туроператорам в целях оптимизации налогообложения их деятельности. Так, туроператору, применяющему упрощенную систему налогообложения, чтобы не превысить лимит выручки, целесообразно заключать с иностранными организациями агентский договор. По этому договору туроператор будет являться агентом зарубежного принципала и признавать своей выручкой не всю стоимость туруслуг, а только свое вознаграждение и дополнительную выгоду по ним (при ее наличии).

Необходимо также выбрать язык, на котором будет составлен договор. Лучше всего сразу составить договор на двух языках: русском и языке контрагента. При этом текст договора размещается на листе в две колонки (каждая для своего языка). Если договор будет составлен только на языке партнера или, например, только на английском языке, то придется предоставить в банк нотариально заверенный перевод договора на русский язык.

Требования банков вообще накладывают ряд особенностей на составление договоров по внешнеэкономическим сделкам. Эти требования обусловлены валютным законодательством Республики Беларусь.

Многие зарубежные фирмы-нерезиденты имеют в Беларуси представительства и филиалы, зарегистрированы в качестве налогоплательщиков и ведут расчеты с турфирмами в белорусских рублях. Тем не менее, такие расчеты полностью подпадают под определение валютных операций.

Турфирма-резидент может осуществлять расчеты по валютным операциям только в безналичном порядке. Исключениями из этого правила являются расчеты наличными деньгами с нерезидентами – физическими лицами за оказанные им на территории Республики Беларусь услуги, причем – только в белорусских рублях. Другое исключение – расчеты турфирмы наличными с нерезидентами за обслуживание на территории иностранных государств принадлежащих ей транспортных средств, а также различных обязательных сборов, связанных с ними. Также разрешены наличные расчеты турфирмы-резидента за пределами Беларуси с любыми физическими лицами и подразделениями юридических лиц – резидентов Республики Беларусь по договорам перевозки пассажиров и их личных вещей, также и конечно без ограничений допускаются операции с налич-

ной иностранной валютой между турфирмой-резидентом и сотрудниками ее зарубежных подразделений по выплате им заработной платы и оплате командировочных расходов. В остальных случаях расчеты по валютным операциям осуществляются через банковские счета.

Сведения о сделке банк получает из паспорта сделки (ПС). ПС может оформляться как туроператором, так и банком (за плату). Из сказанного также следует, что турфирма в договоре с партнером должна указать свои платежные реквизиты именно в том банке, который будет являться банком ПС. Желательно, чтобы и партнер указал в договоре именно те свои банковские реквизиты, с использованием которых будут осуществляться расчеты по этому договору.

Документом, подтверждающим факт оказания услуг по внешнеэкономическим договорам в сфере международного туризма, является, счет/счет-фактура исполнителя услуги. Зарубежным аналогом этих документов является Invoice. Кроме того, в качестве подтверждающих документов могут выступать акт об оказании услуг и отчет агента. Чтобы избежать проблем с банком, имеет смысл прописать во внешнеэкономическом договоре, какой из перечисленных документов будет являться подтверждением оказания услуг.

Независимо от требований валютного законодательства целесообразно продумать и прописать в договоре систему расчетов заказчика с исполнителем услуг или агента с принципалом. При осуществлении международных расчетов допускаются расчеты платежными поручениями (банковский перевод), по инкассо и по аккредитиву. Иногда в самостоятельную форму расчетов выделяют расчеты чеками. Стороны договора вправе избрать любую из этих форм безналичных расчетов. Но при этом следует учитывать, что в международных расчетах банки, в отличие от расчетов внутри Республики Беларусь, не обязаны предоставлять своим клиентам возможность вести расчеты каждой из этих форм. Таким образом, форма расчетов должна быть согласована и с банками, через которые эти расчеты будут осуществляться. Для проведения международных расчетов между участвующими в них банками необходимо наличие корреспондентских отношений.

Поскольку банковские операции осуществляются за плату, в договоре с иностранным партнером следует предусмотреть, кто будет осуществлять эту плату. Если договором не предусмотрено, кто из сторон оплачивает банковские операции, то «по умолчанию» оплата будет произведена за счет получателя средств.

Наиболее часто при осуществлении международных расчетов применяются банковские переводы (расчеты платежными поручениями). Их сущность заключается в том, что турфирма дает поручение своему банку перечислить на счет иностранного партнера в зарубежном банке определенную денежную сумму.

Другой формой международных расчетов являются расчеты по инкассо. Суть ее состоит в том, что получатель средств передает своему банку инкассовое поручение и комплект документов для физической отправки в банк плательщика, с получением которых от своего банка плательщик должен совершить платеж в пользу получателя средств.

Еще одна форма международных расчетов – документарный аккредитив. На мой взгляд, эта форма совершенно не заслуженно обойдена турфирмами вниманием, поскольку способна решить многие их проблемы. При этой форме расчетов заказчик услуг через свой банк дает поручение банку исполнителя услуг на их оплату только по предъявлению исполнителем в свой банк определенных документов.

Хотелось бы также отметить, что в некоторых случаях в рамках внешнеэкономической сделки турфирма может оказаться налоговым агентом, на которого в соответствии с НК Республики Беларусь может быть возложена обязанность по удержанию и перечислению в бюджет соответствующих налогов и сборов за иностранного партнера. Такая обязанность возникает при одновременном соблюдении двух условий: деятельность иностранного партнера подлежит налогообложению, и этот партнер не имеет на территории нашей страны постоянного представительства или филиала. Определяя необходимость налогообложения той или иной деятельности контрагента, являющегося резидентом другой страны, следует учитывать не только нормы НК РБ, но и наличие у Республики Беларусь соглашения об избежании двойного налогообложения с этой страной, а также его содержание.

Таким образом, туристические организации при осуществлении внешнеэкономической деятельности должны провести предварительную работу по ознакомлению с процедурой документального и финансового оформления.

1. Закон Республики Беларусь от 14 июня 2010 г. № 132-З «О валютном регулировании и валютном контроле»/ Нац. реестр правовых актов Респ. Беларусь. – 2010. – № 147 – 2/1684.

2. Положение о порядке проведения валютных операций на территории Республики Беларусь, утвержденное Национальным банком Республики Беларусь от 05.12.2007 № 768/ Нац. реестр правовых актов Респ. Беларусь; 2007. – 8/10973.

РОЛЬ МАЛЫХ ГОРОДОВ В РАЗВИТИИ ПРИГРАНИЧНЫХ РЕГИОНОВ РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ

О.Г. Дранкевич,

Институт туризма Белорусского государственного университета физической культуры,
Республика Беларусь

Особую роль в процессах устойчивого территориального развития регионов Беларуси играют малые городские поселения, расположенные на приграничных территориях, – 67 из 173 [1]. Особенность их заключается в том, что, с одной стороны, они представляют самостоятельные единицы, функционирующие по разные стороны границы, в составе отдельных государств. С другой – приграничные малые города и окружающие их территории выполняют функции, связанные с взаимной ответственностью по охране границ, сотрудничеством и нейтрализацией конфликтов по разные стороны государственных рубежей. Наложение этих функций характеризует ту сложную структурную специфику, которая проявляется исключительно на сопредельных территориях.

Трансграничные регионы Беларуси подразделяются на две группы. Первая включает три региона на западной и северо-западной границе, общие со странами ЕС (Польша, Литва, Латвия). Ко второй группе принадлежат северо-восточный и восточный регионы на границе с Россией, а также южный на границе с Украиной. На характер и интенсивность трансграничных взаимосвязей в значительной степени влияют географическое расположение, история развития и международные отношения этих государств.

На границе с Россией нет пограничных переходов и пограничного контроля, что способствует беспрепятственному перемещению людей и грузов между странами. На белорусско-украинской границе действует пограничный и таможенный контроль, но ограничений по ее пересечению нет. Между этими странами сохранились многие деловые, культурные и социальные связи.

Трансграничные регионы Беларусь – Литва и Беларусь – Латвия после Второй мировой войны находились в составе СССР. Закрытие границы привело к разрыву складывавшихся десятилетиями социальных и экономических взаимосвязей, а ужесточение пограничного и визового режима после вступления Литвы и Латвии в ЕС и недостаточное количество переходов стали труднопреодолимым препятствием для связей между людьми.

Западный трансграничный регион Беларусь – Польша выполняет функции наиболее активной контактной зоны со многими европейскими государствами, несмотря на введение после вступления Польши в ЕС более жестких правил пересечения границы.

Приграничные регионы играют важную роль не только в территориальной организации сопредельных стран. Они имеют особое значение как в системе расселения и транснациональных взаимосвязей, так и в природном комплексе Европы.

Беларусь участвует в разработке программ по территориальной организации приграничных регионов с 1994 г. – в рамках белорусско-польского, белорусско-литовского и белорусско-латвийского сотрудничества. Белорусско-украинское сотрудничество по территориальной организации приграничных регионов наиболее плодотворно начало развиваться с 2004 г.

Данное сотрудничество направлено на обеспечение согласованного развития сети поселений, транспортных и инженерных систем, охраны природы и культурно-исторического наследия по обе стороны границы. Эта работа является основой для разработки (корректировки) генеральных планов и проектов планировки пригородных зон городов, территориальных систем с учетом социально-экономических и экологических условий, политической ситуации. В последующем целесообразно разрабатывать совместные стратегии территориальной организации применительно к конкретным условиям, возможностям, эффективным формам и видам деятельности непосредственно в приграничных зонах – по развитию каждого городского и сельского населенного пункта, природных и хозяйственных систем и сооружений с учетом новых импульсов, диктуемых конкретной сферой взаимоотношений.

Направленность развития приграничных малых городов определяет многие внешние по отношению к ним факторы, формирующиеся по разные стороны границы: объединение или разделение приграничных функций, возможности или недостатки, устойчивость или неустойчивость развития.

Среди основных проблем, препятствующих взаимоувязанному развитию и требующих согласованных решений, на первый план выходят следующие:

- отсутствие взаимоувязанных согласованных режимов и регламентов использования приграничных городов и территорий, гарантирующих устойчивость, безопасность и взаимовыгодную эффективность функционирования сопредельных малых городских поселений;

- радиоактивное загрязнение малых городов на значительной части приграничных территорий Беларуси, России и Украины. На белорусском приграничье это города Хойники, Брагин, Наровля, Ветка, Ельск, Лельчицы, Чериков, Комарин, Добруш, Столин, Давид-Городок, Ивье [2].

– неразработанность согласованного механизма управления, контроля и мониторинга градостроительной деятельности в зонах взаимных интересов и взаимной ответственности (возможных действий и ограничений, единой системы стандартов и индикаторов и др.).

– низкий уровень инфраструктуры туризма и нескоординированность взаимовыгодного использования туристско-рекреационного потенциала приграничных малых городов.

– отсутствие согласованной программы взаимовыгодного использования инвестиционного потенциала приграничных городских поселений на основе принципов партнерства, координации и специализации.

В то же время в подобной деятельности имеются определенные позитивные факторы:

– сохранение обусловленных многовековым развитием приграничных малых городов взаимопроникающих традиций, духовной культуры, социально-экономических взаимодействий и процессов, которые в значительной степени утрачены большими городами приграничья, вовлеченными в орбиту всеобщей глобализации;

– размещение и развитие малых городских поселений на важнейших коммуникациях трансевропейского и международного значения, связывающих страны ЕС и СНГ (Добруш, Костюковичи, Климовичи, Городок, Верхнедвинск, Ошмяны, Щучин, Скидель, Жабинка). Поселения приграничья, особенно расположенные в непосредственной близости от границы, дают представление о Беларуси в целом. Поэтому большое значение имеет организация въездов в близлежащий город, архитектура его вокзалов, общественных, культовых зданий и других исторических объектов, определяющих национальный колорит архитектуры и своеобразие облика белорусских городов;

– большинство малых приграничных городов (исключая поселения в зоне радиационного загрязнения) характеризуются сравнительно здоровой средой обитания. Они имеют относительно благополучную экологическую обстановку, что способствует обеспечению сохранности и устойчивости природного комплекса всего приграничного региона;

– многие малые приграничные города расположены непосредственно в зонах, характеризующихся уникальными природными условиями. Так, на территориях природных заказников республиканского значения или вблизи их находятся города Лиозно (Бабиновский заказник), Сопоткин (Гродненский), Давид-Городок (Средняя Припять), Чечерск (Чечерский). На территориях национальных парков расположены города Браслав, Видзы, Друя (Браславский национальный парк), Мядель, Свирь, Кривичи (Нарочанский национальный парк). Реки, озера, большие лесные массивы пригородных зон, живописный рельеф создают предпосылки для формирования на базе таких городов рекреационных центров регионального и национального значения;

– большинство малых городов приграничья имеют древнюю историю: Дисна (1080 г.), Мядель (XI в.), Браслав (1068 г.), Мстиславль (1135 г.), Брагин (1147 г.), Каменец (1287 г.), Верхнедвинск (1386 г.), Давид-Городок (XII–XIV вв.) и др. Несмотря на многочисленные войны и разрушения, здесь уцелели ценные памятники архитектуры и градостроительства различных эпох. В этих городах возможно развитие очень популярных в последнее время в Европе видов туризма: культурно-познавательного, этнического, экологического, аграрного и самодельного. Сохранившиеся в окрестностях малых городов старинные усадьбы и садово-парковые комплексы представляют большой интерес для знатоков истории и эмигрантов [3];

– одной из главных структурных особенностей трансграничных регионов является относительно густая сеть пограничных переходов, расположенных или в самих малых городах, или в непосредственной близости от них. В результате увеличивается значение этих городов как режимных объектов, которые, с одной стороны, нейтрализуют отрицательные международные контакты, а с другой – содействуют благоприятным международным взаимосвязям;

– характерным для малых городских поселений приграничья является наличие так называемых «параллельных», или парных, городов – параллельное размещение коммуникационно связанных сопредельных городов по обе стороны границы в ближайших стыковых (10–15-километровых) зонах: Радунь – Эйшишкес, Вороново – Шальчиникай, Лынтупы – Швянчёнис, Лиозно – Рудня, Костюковичи – Сураж, Добруш – Злынки, Малорита – Заболотье. Эти города, ранее имевшие довольно тесные связи обменного типа, при благоприятных условиях могли бы приобрести дополнительные импульсы для обоюдного развития.

Малые приграничные города должны принимать активное участие в мероприятиях по территориальному развитию своих регионов. Одним из основополагающих условий активных местных и межрегиональных общественных контактов является стимулирование развития культурного и туристического движения. Природный потенциал таких исторических городов Браслав, Верхнедвинск, Городок, Мстиславль, Добруш, Туров, Столин, Малорита, Каменец, Свислочь, Ошмяны, Островец, позволяет стать им базовыми опорными пунктами для приема и обслуживания туристов. При соответствующей модернизации этих городов именно в них нужно проводить широкомасштабные работы в этом направлении. Для этого, в первую очередь, необходимо создание соответствующей инфраструктуры туризма и осуществление благоустройства дорог, связанных с системой трансевропейских коммуникаций. Важнейшие межгосударственные магистрали должны быть соединены с местными путями сообщения, которые ведут к поселениям, перспективным для туристического представления, и к местам обслуживания туристов.

1. Дранкевич, О.Г. Малые города в инфраструктуре туризма Беларуси / О.Г. Дранкевич // Научное обоснование физического воспитания, спортивной тренировки и подготовки кадров по физической культуре, спорту и туризму: материалы XI Международной научной сессии по итогам НИР за 2009 год, Минск, 15 – 16 апреля 2010 г.: Инновационные технологии в сфере туризма, гостеприимства, рекреации и экскурсоведения; редкол.: М.Е.Кобринский (гл. ред.) [и др.] – Минск: БГУФК, 2010. – С. 22 – 23.

2. Локотко, А.И. Историко-культурные ландшафты Беларуси / А.И. Локотко. – Минск. : Белорус. Наука, 2006. – 346 с.

3. Локотко, А.И. Историко-культурный и природный потенциал Беларуси – основа СЭЗ «Золотое кольцо Беларуси» / А.И. Локотко [Http // www.kolaby.ru/doc/kola/local-region/doc](http://www.kolaby.ru/doc/kola/local-region/doc).

СТАТИСТИЧЕСКИЕ ИССЛЕДОВАНИЯ В РАЗВИТИИ ТУРИЗМА

Е.И. Дыбовская,

Институт туризма Белорусского государственного университета физической культуры,
Республика Беларусь

Во всем мире туризм считается одной из наиболее доходных отраслей экономики. Существуют разнообразные методики, которые позволяют продемонстрировать вклад туристской отрасли в народное хозяйство. Наилучшим образом это способна сделать статистика. Ее основная задача – показать роль туризма в экономике регионов [1].

Статистика – получение, обработка, анализ и публикация информации, характеризующей количественные закономерности жизни общества в неразрывной связи с их качественным отражением. В более узком смысле статистика – совокупность данных о каком-либо явлении или процессе [2].

На экономическом форуме представители Всемирной туристической организации обнародовали данные о доходах от туризма. Мировой доход от туризма за прошлый год составляет 1,3 триллиона долларов. Туризм, культура, путешествия, странствия по неизведанным странам и разнообразные поездки становятся все более популярными, отмечает Генеральный секретарь ЮНВТО. По статистическим данным, одно из десяти рабочих мест в мире занимает работник туристической отрасли. Ежегодно отправляются в международные поездки приблизительно 35 миллионов человек. Численность туристов, посещающих различные страны, с каждым годом заметно растет. Наиболее актуальными туристические поездки стали на этапе экономического развития в мире.

Проблемы статистического учета являются центральными в исследованиях туризма. Необходимость статистического изучения туризма обусловлена потребностью в получении объективной и достоверной информации о состоянии и развитии туристской отрасли и оценки ее вклада в общую величину валового внутреннего продукта, а также изучения оценки туристских потоков, нагрузки на туристскую инфраструктуру, удовлетворения туристского спроса и соответствия потребительских ожиданий предложениям на рынке туристских услуг. Необходимость в статистических данных ощущают не только туристические фирмы, но и многочисленные заинтересованные группы.

Поэтому главной целью статистики туризма является статистическое обследование явлений как ограниченных рынками отдыха, так и охватывающих мировой рынок путешествий во взаимосвязи различных характеристик туризма; как для самостоятельного анализа деятельности в этой области, так и для использования в качестве источника данных для разработки связанных с туризмом показателей платежного баланса и составления счетов СНС. Основными задачами статистики туризма являются организация статистического наблюдения за потоками туристов, местами их размещения, характеристиками поездок, оптовой и розничной торговлей, транспортом, строительством, занятостью, финансовым посредничеством, доходами и расходами, связанными с туризмом на основе единой научной методологии, соответствующей международным правилам и стандартам.

Статистический анализ, как правило, включает в себя целый ряд процедур и алгоритмов, выполняемых последовательно, параллельно или по более сложной схеме. Можно выделить следующие этапы:

- планирование статистического исследования (включая разработку форм учета, их апробацию и т. п.);
- организация сбора необходимых статистических данных по оптимальной или рациональной программе (планирование выборки, подготовка кадров, которые будут заниматься сбором данных и т. п.);
- непосредственный сбор данных и их фиксация (с контролем качества сбора и отбраковкой ошибочных данных по соображениям предметной области);
- первичное описание данных (расчет различных выборочных характеристик, функций распределения, построение гистограмм, корреляционных полей, различных таблиц и диаграмм и т. д.);
- оценивание тех или иных числовых или нечисловых характеристик и параметров распределений;
- проверка статистических гипотез (иногда их цепочек – после проверки предыдущей гипотезы принимается решение о проверке той или иной последующей гипотезы);
- проверка устойчивости полученных оценок и выводов относительно допустимых отклонений исходных данных и предпосылок используемых вероятностно-статистических моделей;
- применение полученных статистических результатов в прикладных целях, т. е. для формулировки выводов в терминах содержательной области (например, для построения прогнозов) [3].

Статистика за год обычно появляется весной следующего года. К сожалению, в Беларуси – достаточно сложная туристическая статистика. Она не позволяет оценивать ни положительные, ни отрицательные шаги. У нас применяется несколько вариантов подсчета прибытий. И все они публикуются, вводя в недоумение общественность. Прослеживаются значительные расхождения в цифрах по данным Белстата и по данным Погранкомитета Беларуси. Все это вызывает насущную потребность принятия единой системы сбора данных по статистике в туризме.

В 2011 году утверждены формы государственного статистического наблюдения № 1-туризм (годовая) «Отчет о туристической деятельности за 20__ год» по статистике туризма. Эти формы распространяются на субъектов туристической деятельности.

По данным Национального статистического комитета Республики Беларусь за 2011 год статистика туризма позволяет узнать сколько и откуда приезжало туристов в нашу страну.

Больше всего их было из России (83 843 человек), 3 596 человек прибыли из Турции, 3 170 – из Литвы, 3 085 – из Новой Зеландии, 2 983 – из Польши, 2 412 – из Соединенного Королевства, 2 191 – из Германии, 1 816 – из Италии. Всего в стране побывало 116 049 человек.

Статистика туризма свидетельствует, что Белорусам рады в Украине – там побывало 79 727 человек, в Турции – 58 037, в Египте – 30 068, в Болгарии – 24 894.

Страны Прибалтики также стали пользоваться у наших туристов повышенным интересом.

В связи с этим можно сделать вывод:

Теория статистических методов нацелена на решение реальных задач. Поэтому в ней постоянно возникают новые постановки математических задач анализа статистических данных, развиваются и обосновываются новые методы.

Статистика является наукой, которая необходима в жизни каждого общества, она определяет динамику развития, спада, роста общественных явлений. Это наука, которая решает определенные цели благодаря наличию и развитию статистических методов, а также благодаря развивающимся информационным технологиям.

Если туризм будет надлежащим образом включен в статистическую структуру, разработанную адекватно структуре расходов и поступлений, можно будет видеть взаимоотношения туризма с другими секторами экономики и его соответствующее значение и влияние [1].

1. Основы туристской деятельности: учебник/ Г.И. Зорина [и др.]; сост. Е.Н. Ильина. – М.: Советский спорт, 2004.
2. Энциклопедический словарь. – М.: Советская энциклопедия, 1980.
3. Ферстер, Э. Методы корреляционного и регрессионного анализа / Э. Ферстер, Б. Ренц. – М: Финансы и статистика, 2008. – 267 с.

ВЪЕЗДНОЙ ТУРИЗМ И ФАКТОРЫ, ЕГО ДЕТЕРМИНИРУЮЩИЕ

М.М. Еншин, канд. филос. наук, доцент, К.Е. Дерябина,

Белорусский государственный университет физической культуры,
Республика Беларусь

С каждым годом туристический рынок становится все более устойчивым и равновесным, формы сотрудничества туроператоров с поставщиками туристических услуг – все более разнообразными и совершенными, ассортимент предложений на рынке – широким и дифференцированным. Также растет и уровень профессионализма работников туристической сферы, что вызвано как необходимостью выживания в конкурентной борьбе, так и ростом популярности получения специального образования [1].

Для многих стран развитие въездного туризма важно, поскольку растущие прибытия иностранных граждан в регион, несомненно, вызывают позитивные экономические явления, связанные с ростом производства национального туристического продукта, привлечением личных сбережений иностранных туристов (обычно в валюте), созданием активного потребительского рынка в туристическом центре и ростом инвестиционной привлекательности местной туристической индустрии [2].

Одним из приоритетных направлений внутренней и внешней политики с 2005 года въездной туризм стал и в нашей стране. По статистическим данным за 2010 г., Республику Беларусь с деловыми, туристическими и служебными целями посетили 4 млн иностранных граждан, экспорт туристических услуг составил 146,7 млн долларов США, что в 6,8 раза больше, чем за аналогичный период 2005 года. Объем платных туристических и экскурсионных услуг, оказанных населению, составил 468,7 млрд рублей и увеличился в фактических ценах в 13 раз по сравнению с 2005 годом [3].

Вместе с тем развитие туризма, увеличение его доли в валовом внутреннем продукте, занятости населения, инвестициях, доходах бюджета остаются актуальными проблемами экономики Республики Беларусь.

Принимая это во внимание, Государственной программой развития туризма в Республике Беларусь на 2011–2015 годы предусмотрено увеличение количества въезжающих в Беларусь иностранных граждан более чем в 1,6 раза. У Беларуси достаточно хороший потенциал для развития туризма. Однако для того чтобы реализовать поставленные цели Государственной программы, необходимо детально рассмотреть основные факторы, сдерживающие развитие въездного туризма в Республике Беларусь, и разработать необходимые предложения по продвижению национального туристического продукта [4].

При этом эффективность реализации мероприятий Государственной программы в значительной мере зависит от уровня подготовки, умения и профессионализма специалистов, занятых в сфере туризма. В связи со сложившейся ситуацией в сфере въездного туризма в мире и в нашей республике изучение качества подготовки кадров в сфере туризма является весьма актуальным. В связи с этим отметим, что в нашей стране существует немало проблем в процессе обучения и подготовки кадров в сфере туризма.

Перечислим их более подробно:

1. При нехватке квалифицированных кадров для туристской индустрии имеет место неостребованность выпускников профильных вузов из-за отсутствия у них практических навыков и должных знаний по конкретным специализациям, отмечается чрезмерная академичность профильного высшего образования при недостатке необходимых компетенций. При этом обучение по туристским специальностям проводится в основном на уровне теории, хотя она имеет далеко не решающее значение в данной профессии. Студентам катастрофически не хватает практических навыков, которые могут дать учебные, непрерывные, преддипломные и другие практики, обучающие стажировки за рубежом и в туристических фирмах, специальные тренинги и т. д.

2. Профессиональная подготовка менеджеров – специалистов по туризму должна основываться на особенностях предпринимательской деятельности в сфере туроперейтинга и опираться на принципы педагогической дидактики. В ней также большое значение должно уделяться именно формированию практических умений и навыков [5].

3. Предоставляемое учреждениями образования время для получения студентами практических навыков совпадает с «мертвым» периодом в индустрии туризма, т. е. не учитывается принцип сезонности в туризме. Как правило, время практики выпадает на такие месяцы, как сентябрь–октябрь и февраль–март. В эти периоды по статистике наблюдается спад спроса на туристические услуги, а соответственно и значительно уменьшается объем работы в туристических организациях. Это, в свою очередь, препятствует плодотворному прохождению практики студентами и не дает им возможность получить соответствующий объем практических навыков, который был запланирован программой практики.

4. Качественно новый уровень развития туризма невозможно обеспечить без соответствующего законодательного сопровождения кадровой политики в туризме и профессиональном туристском образовании, без тесного взаимодействия образовательных учреждений с заинтересованными министерствами и ведомствами, научными организациями, представителями туристской индустрии, региональными и муниципальными структурами.

5. До сих пор отсутствует правовое регулирование участия работодателей в системе профессионального обучения кадров, не предусмотрено государственное стимулирование участие бизнеса в финансировании подготовки высококвалифицированных специалистов туристского бизнеса.

6. Отсутствует законодательная поддержка возможного использования в учебных целях существующей производственной базы предприятий туристской отрасли и сферы гостеприимства, создание на этой базе учебно-научно-производственных комплексов, тренинговых центров с последующим учетом используемых учебных площадей в процессе государственной аккредитации и лицензирования и т. д.

Принимая во внимание существующие проблемы в профессиональном образовании будущих специалистов для сферы туризма, необходимо провести комплексное исследование отношения студентов и работников туристической сферы к качеству и эффективности системы образования по специальности «менеджмент в туризме». Фрагменты такого исследования, в котором принимали участие студенты Белорусского государственного университета физической культуры (118 человек 1–5-го курсов) и работники крупнейших туристических фирм г. Минска (84 человека), приводятся ниже. Исследование проводилось по специально разработанным анкетам (2 типа анкет), которые выясняли отношение и оценку респондентов основных проблем профессиональной подготовки специалистов в области туризма.

Результаты исследования работников туристических фирм показали, что большинство из опрошенных (63 %) не удовлетворены уровнем организации производственной практики. Объясняют это не всегда подходящим временем прохождения практики, а также недостаточной согласованностью между туристическими фирмами и вузами с точки зрения условий прохождения практики и обеспечения соответствующей документацией.

По оценке специалистов-практиков, уровень студентов, проходящих практику, характеризуется следующими показателями. Теоретические знания большинства студентов-практикантов были оценены в пределах 4–5 баллов по пятибалльной шкале. Это отметили 85 % всех опрошенных практических работников.

Приблизительно такой же процент опрошенных оценил практические умения и навыки студентов на уровне 2–3 баллов. Ориентация студентов-практикантов в современных проблемах практического туризма оценена в пределах 4 баллов. Такую оценку дало более половины (57 %) специалистов.

Анализируя некоторые результаты опроса сотрудников туристических фирм г. Минска, можно сделать выводы о том, что профессиональный уровень молодых специалистов оценен ими недостаточно высоко, особенно в области практических умений и навыков. По мнению респондентов, выпускники обладают серьезной, можно даже сказать, фундаментальной, базовой теоретической подготовленностью. Однако наблюдаются серьезные проблемы в практической реализации этих теоретических знаний. Недостаточный практический опыт, поверхностные знания современных технологий, реализуемых в фирмах, слабая языковая подготовка не дают возможности полностью реализовать имеющиеся теоретический багаж. Кроме того, отмечается недостаточная компетентность молодых специалистов в области адаптационных возможностей, умений и навыков в динамично развивающейся конкурентной среде.

Результаты анкетирования студентов показали, что половина из них (53 %) хотели бы работать по специальности; 28 % еще не определились, а 19 % не хотели бы работать в сфере туризма по получаемой профессии. Уровень своих знаний большинство опрошенных студентов оценили очень высоко. Они хорошо владеют современными информационными технологиями, уверенно владеют компьютером. Вместе с тем, студенты более критично оценивают свой уровень владения иностранными языками. 72 % респондентов отмечают, что в университете физкультуры они изучают лишь 1 иностранный язык. В тоже время хорошо известно, что туристическая отрасль сегодня требует от специалистов владения как минимум двумя иностранными языками.

Следует отметить, что 83 % опрошенных студентов, несмотря на то, что в целом удовлетворены получаемым образованием, хотели бы многое усовершенствовать и изменить в программе своей подготовки. Это касается, прежде всего, необходимости сотрудничества с зарубежными университетами, которое дает возможность учесть и перенять зарубежные стандарты подготовки кадров для индустрии туризма и попытаться адаптировать их к белорусским условиям.

Среди качеств, умений и навыков, уровень которых хотели бы повысить студенты в процессе своей учебы, преобладают такие: аналитические способности (13 %), знание этикета (11 %), мотивация и инициатива (9 %).

Обобщая некоторые итоги исследования практических работников сферы туризма и студентов БГУФК, можно сделать следующие выводы.

Будущий специалист в сфере туризма должен получить такие знания, которые приближают его к пониманию отраслевой специфики бизнеса, в котором он собирается работать. В связи с этим большее внимание следует уделить следующим принципам:

- сочетанию теоретических и практических знаний;
- формированию коммуникативных навыков работы в коллективе;
- всестороннему изучению мирового опыта в сфере туризма и гостеприимства;
- постоянному и устойчивому стремлению к совершенствованию бизнеса посредством создания новых услуг;
- углубленному изучению иностранных языков, культуры, традиций иных сообществ и воспитанию толерантного отношения к культуре клиента;
- изучению этических норм обслуживания клиента, ориентация на его интересы и потребности.

Все это говорит о том, что система образования должна носить опережающий характер, при котором знания и навыки, полученные студентами, не должны терять своей актуальности к моменту их выпуска и начала работы в профессиональных структурах.

В условиях конкуренции на рынке туристического бизнеса качество обслуживания выходит на первое место по значимости, оставляя позади материальные компоненты бизнеса, поскольку основной продукт туризма – это услуга. Всему этому необходимо учить студентов отрасли для того, чтобы повысить уровень предоставляемых услуг у нас в стране, а соответственно, и улучшить ее имидж. Кроме того, необходимо постоянно знакомить действующий персонал туристской отрасли с последними мировыми достижениями в отрасли, передовыми методами обслуживания, повышать их квалификацию.

1. Полевая, М.В. Модернизация системы подготовки кадров для индустрии туризма / М.В. Полевая. – М.: ООО «Технологии стратегического менеджмента», 2011. – 12 п.л.

2. Туризм в Республике Беларусь: состояние и перспективы развития: материалы респ. науч.-практ. конф. (Гродно, 19–20 нояб. 2009 г.) / ГрГУ им. Я. Купалы; редкол.: И.И. Веленто, С.В. Донских. – Гродно: ГрГУ, 2011. – 129 с.

3. Национальная программа развития туризма в Республике Беларусь на 2011–2015 годы. Использованный сайт: www.mst.by – Дата доступа: 15.02.2012.

4. Туризм и туристические ресурсы в Республике Беларусь: статистический сборник. Мин-во стат. и анализа Республики Беларусь. – Минск, 2011. – 122 с.

5. Образование для инновационных обществ в XXI веке. Санкт–Петербург, 16 июля 2006 года [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.g8russia.ru>. – Дата доступа: 15.02.2012.

6. Егоров, В.Е. Проблемы профессиональной подготовки специалистов в сфере туризма: инновационный подход к их решению / В.Е. Егоров // Туризм: право и экономика. – 2008. – № 1. – С. 16–19.

ИСПОЛЬЗОВАНИЕ КОМПЬЮТЕРНЫХ ТЕХНОЛОГИЙ В СФЕРЕ ТУРИЗМА И ГОСТЕПРИИМСТВА

Е.Ф. Зайцева, Т.Г. Чернявская,

Институт туризма Белорусского государственного университета физической культуры,
Республика Беларусь

Туризм является одной из крупнейших, высокодоходных и наиболее динамичных отраслей мировой экономики. Успешное развитие туризма оказывает влияние на такие ключевые секторы экономики, как транспорт и связь, торговля и строительство, сельское хозяйство и производство товаров народного потребления. В современном стремительно развивающемся обществе, туристическая отрасль является одной из самых, информационно насыщенных отраслей. Информация является связующим центром, удерживающим разных производителей в рамках туристической отрасли. Информационные потоки обеспечивают связи между производителями туристических услуг, связи между производителями и потребителями этих услуг, причем они идут не только в виде потоков данных, но выступают также в форме услуг и платежей. Услуги, например ночевка в гостинице, аренда автомобиля, комплексные туры и места в самолетах, не пересылаются турагентам, которые, в свою очередь, не хранят их до тех пор, пока не продадут потребителям. Передается и используется информация о наличии, стоимости и качествах этих услуг. Точно так же реальные платежи не переводятся от турагентов турпоставщикам, а комиссионные – от турпоставщиков турагентам. Таким образом, туризм – как международный, так и внутренний, – сфера растущего применения информационных технологий [3].

Современные компьютерные технологии активно внедряются в сферу туристического бизнеса, и их применение становится неотъемлемым условием повышения конкурентоспособности любого туристического предприятия. Существует множество инструментов и систем, способных помочь туркомпаниям в реализации их задач – начиная от управления отдельной туристической фирмой до применения глобальных компьютерных сетей. На сегодняшний день в туризме используется достаточно много новейших компьютерных технологий, например, глобальные компьютерные системы резервирования, автоматизированные системы управления турпредприятием, интегрированные коммуникационные сети, системы мультимедиа, Smart Cards и др. Перечисленные выше информационные технологии используются с разной степенью активности и имеют неодинаковое распространение. Различается также степень их влияния на развитие туристической индустрии.

Влияние информационных технологий на туризм ощущается на разных стадиях создания и продвижения турпродукта.

Наибольшее влияние современные компьютерные технологии оказывают на продвижение туристского продукта. Прежде всего, это касается возможности формирования новых маркетинговых каналов продвижения и сбыта туристического продукта. Так, в последние годы большинство туристских предприятий создают свои собственные сайты в Интернете, которые используют для сбыта и продвижения туруслуг.

Компьютерные системы резервирования CRS (Computer Reservation System), появившиеся в середине 60-х гг. XX в., позволили ускорить процесс резервирования авиабилетов и осуществлять его в режиме реального времени. В результате этого повысилось качество сервисных услуг за счет уменьшения времени обслуживания клиентов, увеличения объемов и разнообразия предлагаемых услуг и т. д., а также появились возможности обеспечения оптимизации загрузки авиалайнеров, реализации стратегии гибкого ценообразования, применения новых управленческих методов и т. д. В настоящее время 98 % зарубежных предприятий сферы туризма используют системы бронирования [2]. В Республике Беларусь представлены в основном такие системы глобального резервирования, как Amadeus и Galileo.

Современный уровень развития турбизнеса и жесткая конкуренция в этой области придают особую важность автоматизированным системам управления для туристических предприятий [3]. Функциональные возможности этих систем должны обеспечивать ввод, редактирование и хранение информации о турах, гостиницах, клиентах, о состоянии заявок, предусматривать вывод информации в форме различных документов: анкет, ваучеров, списков туристов, описаний туров, гостиниц; рассчитывать стоимость туров с учетом курса валют, скидок, контролировать оплату туров, формирование финансовой отчетности, перевод экспорт-импорт данных в другие программные продукты (Word, Excel, бухгалтерские программы) и прочие возможности. Эти системы не только ускоряют процесс расчетов и формирование документов, но и могут уменьшать стоимость услуг (турпакета), помогают выбрать оптимальный по цене вариант доставки клиентов, размещения и т. п. Разработчики специализированных программных продуктов для туристического бизнеса в настоящее время ведут несколько российских фирм: «Мегатек» (программа «Мастер-Тур»), «Арим-Софт» (программы TurWin, «Чартер», «Овир»), «Само-Софт» (программа «(Само-Тур)'), «Туристские технологии» (программа комплексной автоматизации «Туристский офис»), «Интур-Софт» (программа «Интур-Софт»), ANT-Group (система ANT-Group), «Рек-Софт» (комплекс «Эдельвейс», «Барсум», «Реконлайн») и др.

Для туристических предприятий, занимающихся реализацией готовых предложений, возможно использование информационно-поисковых систем, предназначенных для передачи информации по реализуемым турам от туроператоров к турагентам и бронирования туров. В качестве примера таких систем можно привести tury.ru, foros.ru, allspo.ru, tourindex.ru, exat.ru, bronny.ru [2].

Наряду с автоматизацией туристических фирм ведется аналогичная разработка программ автоматизации деятельности гостиничных комплексов. Среди зарубежных информационных гостиничных систем наиболее известной является система Fidelio, а также Lodging Touch. К настоящему времени появился и успешно функционирует ряд разработок российских фирм, обеспечивающих автоматизацию управления гостиничным комплексом. К ним относятся программные продукты «Эдельвейс», «Реконлайн», «Барсум» (фирма «Рек-Софт»), система Hotel-2000 (фирма «Интур-Софт»), программный комплекс «Русский отель» (Фирма «Сервис плюс» совместно с фирмой «Ист Концепт»), системы «Отель-Симпл», «Меридиан-1» (фирма Nortel), система Kei-Hotel (фирма Kei-Company).

Применение информационных систем в этой области приводит к существенным изменениям в менеджменте, а также повышает качество обслуживания [1].

Для совершенствования учебного процесса и спецификации навыков студентов было проведено эмпирическое исследование по выявлению наиболее востребованных в сфере туризма и гостеприимства информационно-поисковых систем, систем бронирования и резервирования, программ автоматизации туристических фирм в Республике Беларусь. В исследовании приняло участие 47 респондентов из 34 туристических предприятий. Полученные данные представлены на рисунках 1–3.



Рисунок 1 – Мониторинг программ автоматизации туристических фирм

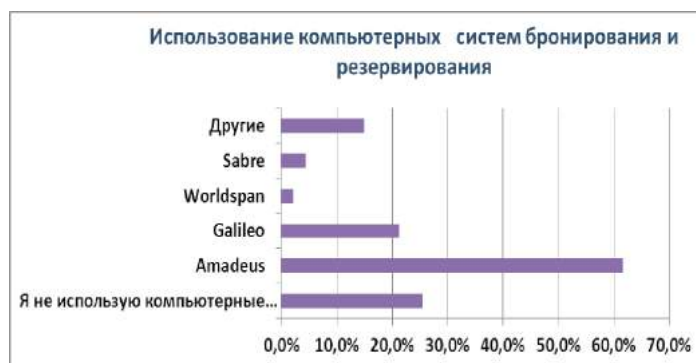


Рисунок 2 – Рейтинг компьютерных систем бронирования и резервирования



Рисунок 3 – Рейтинг информационно-поисковых систем

Полученные в ходе эмпирического исследования данные позволят не только сосредоточить внимание преподавателей на наиболее востребованных в туристической индустрии программах, но и помогут им в максимальной спецификации навыков студентов-выпускников к требованиям, которые предъявляют сегодня работодатели к потенциальным сотрудникам, в частности, в сфере информационных технологий.

1. Бочарников, В.Н. Информационные технологии в туризме / В.Н. Бочарников, Е.Г. Лаврушина, Я.Ю. Блиновская. – Флинта: МПСИ, 2008. – 360 с.
2. Плотникова, Н.И. Комплексная автоматизация туристского бизнеса: учеб.-метод. пособие: в 2 ч. / Н.И. Плотникова. – М.: Советский спорт, 2000. – 320 с.
3. Чудновский, А.Д. Информационные технологии в туризме: учеб. пособие / А.Д. Чудновский, М.А. Жукова. – М.: КНОРУС, 2006. – 104 с.

ПРЕДПОСЫЛКИ ВОЗНИКНОВЕНИЯ МАРКЕТИНГА В ОТЕЧЕСТВЕННОМ ТУРИСТИЧЕСКОМ БИЗНЕСЕ

Д.В. Ивончик,

Институт туризма Белорусского государственного университета физической культуры,
Республика Беларусь

Туризм – это не только гордость за богатое историческое наследие, умение преподнести самобытные традиции и культуру, не искажая их истоки в угоду тем или иным иностранным гостям, это еще и показатель благополучия и доступности (визы, границы, цены, инфраструктура), некоммерческого дружелюбия, истинного гостеприимства. Туризм – это интересный бизнес неслучайных людей. Понятие «маркетинг» давно перестало быть чем-то неприличным у профессионалов, однако многие все еще позволяют себе иметь о нем узкое представление, предпочитая рекламу называть маркетингом, не рассматривая его в качестве реального инструмента для достижения поставленных целей.

В Республике Беларусь туризм стал рассматриваться государством как вид предпринимательской деятельности лишь в конце XX века. В январе 1999 г. была утверждена первая версия Закона «О туризме». Анализировать предпосылки возникновения маркетинга в отечественном туристическом бизнесе следует с опорой на европейскую периодизацию развития туризма, которая включает в себя пять этапов:

1. Раннеисторический (776 г. до н. э. – 1800 г.)
2. Начальный (1800 – 1914)
3. Роста и развития (1914 – 1945)
4. Массового туризма (1945 – 1991.)
5. Современный (с 1991 г. по настоящее время)

Раннеисторический этап, самый продолжительный по временному охвату, начинается в 776 г. до н. э., когда впервые в официальных письменных источниках встречается упоминание о проведении Олимпийских игр. Это мероприятие уже тогда способствовало развитию инфраструктуры туризма и являлось мощным стимулом для совершения путешествия. Несовершенство транспортных средств – плоты, карета, лошадь и другие животные, сказывались на скорости перемещений (в среднем 6 км/ч). В качестве объектов размещения выступали придорожные постоялые дворы, караван-сарай, монастыри, предлагавшие ночлег за деньги или натурой (переночевал, приготовь завтрак или выпаси овец). Но был ли маркетинг в то время. Однозначно был (глашатаи, гистрионы), но без научной основы, а по большей части *интуитивный* и не масштабный. На этом этапе появляются предпосылки для зарождения маркетинга как самостоятельной науки. Раннеисторический этап заканчивается с наступлением индустриализации и переходом от ручного труда к механическому.

Следующий этап – *начальный* – эра паровоза и парохода, начинается 1808 годом с изобретения парового двигателя. Преодолевая сопротивление владельцев конных дилижансов (прямые конкуренты), охотников на лис и фермеров (считавших, что леса и поля сгорят от паровозных искр, а животные одичают от дыма и грохота), запуганных обывателей (им рекомендовалось составить завешание, прежде чем отправиться в путешествие), британский парламент в 1821 году издал указ о строительстве железной дороги Дарлингтон – Стоктон. В сентябре 1825 г. паровоз с изобретателем Джорджем Стефенсоном и еще 600 отважными пассажирами сдвинул с места длинный ряд вагонеток и вместе с ним тогдашние представления о скорости. Популярная газета “John Bull” («Джон Булл») запугивала пассажиров-энтузиастов шумом, который способен разрушить их нервную систему, возможностью задохнуться в тоннеле, оглохнуть и ослепнуть от большой скорости. Кроме того, смертным грехом объявлялось путешествие в воскресенье. Но паровоз победил, а если быть точнее, то победила скорость, оказавшись сильнее страха. Кстати, легендарный стефенсоновский паровоз использовался по назначению до 1857 года, сейчас его можно увидеть в железнодорожном музее Дарлингтона.

На тягу человека к новым впечатлениям, которые дарят путешествия повлияло, во-первых, открытие туристических бюро – в 1841 году “Thomas Cook” (сейчас известное как “Thomas Cook Group”), в 1863 году “Reisebüro Stangen” в немецком Бреслау (ныне польский Вроцлав), в 1885 в Санкт-Петербурге, в 1910 во Франции; во-вторых, рост благосостояния населения, вследствие индустриализации; в-третьих, развитие информационной инфраструктуры, особенно почтовой сети, что в свою очередь расширяло количество постоянных дворов и способствовало появлению первых высококлассных отелей, в том числе и в Минске. В то время здесь находилось немало гостиниц («Гарни», «Московская», «Ново-Московская», «Рояль», «Швейцария», «Виктория», «Брюссель», «Либава», «Одесса», «Париж», «Полтава») с номерным фондом от 5 («Вена») до 130 («Европа») номеров. После сильного пожара 1884 года это изначально двух, а потом и трехэтажное деревянное здание, принадлежавшее семейству по фамилии Поляк, было в 1906 году реконструировано до шестиэтажной «высотки», пять из которых занимала непосредственно гостиница. Первый этаж был отдан под магазины, ресторан, парикмахерскую и коммерческий банк. В каждом из 130 номеров был телефон, электроосвещение, водяное отопление, умывальник и ванна. Гостиница «Европа» была самым высоким строением гражданского назначения дореволюционного Минска. После 1917 г. шикарный ресторан «Европы» превратился в столовую, а сама гостиница – в интернат. В 1929 году проверка городского совета показала, что обстановка в номерах полностью утратила свой лоск. Во время войны гостиница была разрушена, но в 2007 году полностью восстановлена с соблюдением стилистических особенностей начала прошлого века и сейчас успешно функционирует, имея статус «пятизвездочной».

Начальный этап развития туризма закончился с началом Первой мировой войны, но ближе к середине XIX в. в европейских странах уже сложились предпосылки для появления маркетинга как науки. Это производственный (промышленный, *индустриальный*) маркетинг, который был ориентирован исключительно на продукт и рассматривался владельцами и руководителями предприятий исключительно как стратегия сбыта товара, находящегося в перепроизводстве. Одним из примеров применения такой стратегии является промышленный франчайзинг. Специалисты того времени использовали выставки как незаменимый элемент маркетинга для демонстрации и продвижения промышленных новинок, например, в 1876 году на Всемирной выставке в Филадельфии был впервые представлен телефон как техническая новинка (только спустя почти 15 лет телефонная связь была налажена и в Минске).

Этап роста и развития охватывает период двух мировых войн, то есть с 1914 по 1945 год, но все же более 20 лет приходится на мирные годы, в которые происходит увеличение туристического потока и изменение его структуры: управленцы, средний класс, богема, молодежь оказываются вовлеченными в туристическое движение. В жизнь многих европейских городов входят автомобили и автобусы как обычное транспортное средство. Также туристические компании западных стран объединяются в союзы и ассоциации, проводят первые конференции и семинары, касающиеся развития туризма. В разных странах создаются комитеты, ведомства и министерства по туризму, появляются авторитетные международные организации: в 1919 году – Международная ассоциация воздушного транспорта (IATA), 1925 году – Всемирная туристическая организация (сейчас UNWTO), 1944 году – Международная организация гражданской авиации (ICAO), 1946 году – Международная гостиничная ассоциация, курирующие вопросы развития индустрии туризма и гостеприимства. Для *маркетинга* этот период является переходным от индустриального к *информационному*. Увеличение количества средних и малых предприятий в Европе, рост сферы услуг в целом, особенно отраслей, связанных с производством и переработкой информации, вынуждает экономиики западно-европейских стран быть гибче и ориентироваться на небольшие емкости и сегменты рынка, не на продукт, а на конечного потребителя и его потребности. Это заставляет маркетинг опираться не на интуицию, как было ранее, а на серьезные научные исследования, достоверную и проверенную информацию.

Этап массового туризма ознаменовался окончанием второй мировой войны. Туризм развивается в двух параллельных направлениях: но-своему, в СССР, по-своему, в европейских странах. Отличительными чертами его являются: во-первых, широкий географический охват, советским гражданам разрешалось путешествовать в границах территории своей страны или «своего» политического блока, европейцы совершали поездки по всему остальному миру; во-вторых, мировой успех гражданской авиации; и третья немаловажная черта этапа массового туризма – массовость. Всемирная туристическая организация уже в 1950 году зафиксировала 25 млн путешественников. Туризм охватил все слои населения с той лишь разницей, что в СССР туризм рассматривался как способ проведения досуга и свободного времени, а в Европе туризм сложился прежде всего как коммерческий вид деятельности, приносящий прибыль. В СССР уровень туристического обслуживания был довольно низкий, программы пребывания не сильно отличались одна от другой, модернизация и реконструкция инфраструктуры туризма не была предусмотрена. Западноевропейские компании были вынуждены делиться на туроператоров и турагентов. Пока советские специалисты даже не подразумевали о существовании маркетинга, так как в условиях дефицита он был не востребован, их европейские коллеги учились организовывать эффективную и широкую сеть продаж с учетом быстро меняющихся потребностей клиентов, возможностей имеющегося оборудования, квалификации персонала и прочих ресурсов. Это так называемый *интегрированный* (комбинированный) маркетинг. Именно в этот период в туризме появляются прямые продажи, суть

которых состоит в том, чтобы прийти к клиенту домой или в офис и сформировать у него потребность в отдыхе до того, как он сам ее осознает.

На *современном* этапе развития туризма появляется совершенно новый вид мотивации – статус и престиж – причем не только в путешествиях. Разнообразие транспортных средств, включая космический корабль и маглев, делают туризм по-настоящему массовым явлением, болезнью, передающуюся по наследству. Первый космический турист – американец Деннис Тито в возрасте 60 лет отправился в путешествие вокруг Земли в апреле 2001 г., заплатив за это 20 миллионов долларов показав заразительный пример остальному миру. По прогнозам Всемирной туристической организации, к 2020 году каждый десятый житель планеты сможет себе позволить космическое путешествие, а пока желающие отправиться на уик-энд в космос стоят не один год в длинной очереди.

Особенностью поезда на магнитной подвеске или маглева (от англ. *maglev* – *magnetic levitation*) состоит в том, что он движется и управляется с помощью левитации, которая создается при взаимодействии электромагнитов, расположенных на самом составе и на трассе. На путь подается переменный ток, за счет возникающего напряжения между полюсами собственных магнитов и магнитов трассы поезд при подаче тока на несколько миллиметров приподнимается над поверхностью, возникающее магнитное поле увлекает его за собой. Поскольку состав не касается поверхности трассы, не происходит никакого трения, и поезд может разгоняться до очень высоких скоростей. Еще недавно казавшаяся безумной скорость железнодорожного состава в 300 км/ч шагнула в повседневность со страниц Книги рекордов Гиннесса и стала нормой для многих стран мира: Германии (разработка идеи ведется с 1935 года, а в 1969 году в долине реки Эмс началось сооружение экспериментальной трассы, протяженностью 31,8 км и был выпущен первый маглев), Франции (разработка скоростных поездов началась с 60-х годов, но пассажирское сообщение на скоростных поездах открылось только в 1981 году на линии Париж – Лион), Бельгии (задумка 1987 года осуществилась только в 1996 году), Японии, где скоростные поезда были введены в эксплуатацию еще в 1964 году, когда Токио принимала Олимпиаду. Именно японский маглев поставил мировой рекорд в октябре 2010 года, разогнавшись до скорости в 587 км/ч. В январе 2004 года Китай ввел в эксплуатацию поезд на магнитной подвеске.

Проанализировав основные предпосылки появления и развития маркетинга в отечественном туристическом бизнесе можно сделать вывод, что весь опыт маркетинга, который накопили европейцы почти за 150 лет, стал доступен широким кругам белорусских профессионалов только с падением «железного занавеса», то есть чуть более 20 лет назад. Мы виртуозно овладели многими маркетинговыми технологиями и уже с большим пониманием осваиваем инструментарий *нейромаркетинга*: в его арсенале технические средства, интеллектуальные ресурсы, информационные технологии, способные на подсознательном уровне формировать наши потребности, вкусы и предпочтения.

1. Енджейчик, И. Современный туристический бизнес. Экстратегии в управлении фирмой: науч. изд. / И. Енджейчик. – М.: Финансы и статистика, 2003. – 319 с.
2. Жданов, В. Осторожно, двери накрываются! / В. Жданов // Корреспондент. – Киев, 2006 – 64 с.
3. Лычавко, А. Самые быстрые поезда в мире / А. Лычавко // Туризм и отдых. – Минск. – 2011. – 9 июня. – 16 с.
4. Целеш, В.М. Минск на старых паштоуках / В.М. Целеш. – Минск: Беларусь, 1984. – 127 с.
5. <http://unwto.org>. Режим доступа 06.04.2012
6. <http://transrapid.de>. Режим доступа 09.04.2012
7. <http://hoteleurope.by>. Режим доступа 10.04.2012

РЕКЛАМНО-ИНФОРМАЦИОННАЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ ОТЕЧЕСТВЕННЫХ ПРЕДПРИЯТИЙ ИНДУСТРИИ ТУРИЗМА

Д.В. Ивончик,

Институт туризма Белорусского государственного университета физической культуры,
Республика Беларусь

На протяжении 2011/2012 учебного года автор проводил исследование, посвященное предпочтениям специалистов отечественных туристических компаний в выборе тех или иных средств рекламы. На курсах повышения квалификации (проводятся ежемесячно) и переподготовки кадров (3 набора в год по 7 специальностям) на практических занятиях в рамках дисциплин «Маркетинг в туризме», «Менеджмент и маркетинг туристической организации» слушателям предлагалось оценить преимущества и недостатки основных средств рекламы (таблица 1) и проранжировать их по эффективности, отдав первое место наиболее эффективному и последнее – наименее эффективному средству рекламы, исходя из опыта работы в туризме и личного восприятия (таблица 2).

Таблица 1 – Характеристика сильных и слабых сторон средств рекламы в туризме

Средство рекламы	Сильные стороны	Слабые стороны
Прямая почтовая рассылка		
Журнал		
Радио		
ТВ		
Интернет		
Сувениры		
Печатная реклама		
Наружная реклама		
Выставки		
Газета		

Таблица 2 – Эффективность средств рекламы в туризме

Прямая почтовая рассылка	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	Примечания:
Журнал	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	
Радио	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	
ТВ	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	
Интернет	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	
Сувениры	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	
Печатная реклама	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	
Наружная реклама	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	
Выставки	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	
Газета	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	

В исследовании приняли участие 98 человек. Предпочтения настоящих и будущих специалистов отечественного туристического бизнеса распределились следующим образом: интернет занял первое место, за ним с небольшим отрывом – газета, затем прямая почтовая рассылка, наружная реклама и печатная реклама замыкает первую пятерку лидеров. Вторая пятерка – это престиж-реклама. Так, шестое место отдано телевидению, на седьмом – выставочно-ярмарочные мероприятия, радио на восьмой строчке рейтинга предпочтений, журнал на 9-м и сувенирная продукция на 10-м месте. От чего зависит бизнес-активность, включая рекламно-информационную деятельность туристического предприятия? Всю группу факторов влияния автор разделила бы на 2 категории. К первой относятся внутренние факторы: размер предприятия, ассортимент туров и услуг, опыт работы на рынке, квалификация персонала, техническое оснащение, бюджет и источники финансирования, стратегия и ценовая политика, сегмент и доля рынка. Вторая группа факторов – внешние: экономическая ситуация в стране, демографические показатели, экологическая безопасность, культурно-историческая самобытность, географическая привлекательность, вектор международного сотрудничества, тип рынка, стабильность законодательной базы, развитость (недоразвитость) инфраструктуры и т. д. В данной статье будут рассмотрены лишь некоторые внутренние факторы.

Проанализируем влияние размера предприятия на его рекламно-информационную деятельность. С точки зрения собственного опыта работы в туризме автор разделил бы все зарегистрированные и работающие турпредприятия в Беларуси на 3 группы: к первой группе (условное название «Монстры») можно отнести иностранных многопрофильных туроператоров, чья деятельность строится по принципу ТНК, их рекламные бюджеты огромны. Они могут позволить себе самое лучшее – самые прогрессивные технологии, самый квалифицированный персонал, самый лучший офис и т. д. Они могут *выбирать* (например, с каким агентством работать, а какому отказать), *навязывать* (например, размер агентской комиссии) и *диктовать условия* рынку (операторское лобби по отмене виз для туристов, бойкот отелей, регионов, авиакомпаний, продвижение «своих» людей в органы госуправления и т. д.). Эти «монстры» туристического бизнеса могут позволить себе сознательный демпинг, т.к. у них достаточно финансовой мощи выдержать миллионные убытки или просто низкую доходность. Они имеют большие объемы и за счет этого экономят. Рекламно-информационная деятельность этих предприятий весьма агрессивна. Задействованы не только классические средства рекламы, но и стратегические – пропаганда, PR (особенно «черный»), спонсорство, благотворительность в меньшей степени и т. д. Со стороны предприятий из этой группы очевидна потребительская тенденция *выжать* из рынка все, что только возможно, учитывая личные коммерческие интересы.

Вторая группа, так называемые «среднячки», представлена крупными и средними отечественными операторами, которые имеют свои рыночные ниши, свои «козыри» в виде хорошей клиентской базы, преданного персонала, устойчивого положительного имиджа на рынке туруслуг, раскрученной торговой марки, опыта работы (обычно не менее 10 лет), умения подключить административный ресурс и т. д. Рекламные бюджеты этих компаний ограничены, поэтому они используют проверенные механизмы доставки информации к клиенту и не склонны экспериментировать. Эти компании очень чувствительны к действиям предприятий из первой группы, они конкурируют по многим позициям и не уступают лишь по некоторым: въездной туризм, автобусные туры, охот-туры, лечебно-оздоровительный и событийный туризм, анимационные экскурсионные маршруты по стране. Со стороны предприятий из этой группы наблюдается тенденция *выжить* даже в неблагоприятных для этого условиях.

И третья группа – «вымирающие динозавры», туристические агентства, директора которых пришли в туристический бизнес из других сфер скорее случайным образом. У них не хватает терпения по 12 часов 6 дней в неделю улыбаться туристу; стоять на улице в любую погоду выбивать из туроператора подтверждения и выдачу честно заработанной комиссии; и даже попав в недельный «рекламник» у них не всегда хватает терпения дойти до конца – например, каждый день инспектировать по 15 – 20 отелей. Их единственным источником существования является агентская комиссия, которая в Беларуси колеблется от 4 до 15 %, но все чаще агентскую функцию по реализации туров берет на себя туроператор, отдавая законный заработок турагента туристу в виде скидки. Такой подход губителен не только для туристических агентств, но и в целом для рынка. Рекламно-информационная деятельность турагентств специфична вследствие того, что они продвигают не себя, а и без того популярный у турмасс продукт. Например, рекламное объявление «Турция, Египет, Болгария и номер телефона, а внизу еле читаемыми буквами наименование компании. Для таких направлений, как Апулия, Боровец, о. Кос, о. Тасос, о. Сицилия нужна реклама совершенно иного содержания и средств. Основной тенденцией предприятий из этой группы является *вымирание*.

Проанализируем влияние ассортимента туров и услуг туристического предприятия на его рекламно-информационную деятельность. Можно с уверенностью утверждать, что сегодняшний покупатель туристического продукта – настоящий «двигатель туризма», так как он не брезгует новейшими информационными технологиями. Это заставляет туркомпании по-новому взглянуть на возможности для расширения туристического бизнеса, такие, например, как выход в онлайн и отказ от традиционных средств рекламы. Турист готов платить за новое и необычное, что подстегивает стремящиеся к совершенству туркомпании разрабатывать новые маршруты, открывать новые для белорусов регионы и направления. С каждым годом он становится все более предусмотрительным и готовится к отдыху заранее. Многие туристы уже успели оценить преимущества и недостатки акции «раннее бронирование», хотя если бы они вели себя чуть сдержаннее в покупках, то можно было бы рассчитывать на снижение цен турпакетов.

Существование большинства туров на рынке весьма ограничено: новый тур появляется на рынке, постепенно завоевывает признание клиентов, активно продается, рынок насыщается, объем продаж стабилизируется, а затем начинает падать. На смену устаревающему туру приходит новый. Рекламно-информационная деятельность туристического предприятия будет варьироваться в зависимости от этапа жизненного цикла, под которым подразумевается промежуток времени от замысла о создании тура до снятия его с производства и продажи. На первом этапе «*Темная лошадка*» – новый, никому не известный продукт выходит на рынок. Спрос на него – потенциальный. Всегда есть клиенты, которые любят быть первыми, именно на них и ориентируется компания-разработчик тура-новинки. Предложение – от создателя (одна или несколько фирм, которые участвовали в разработке тура). Цена – ниже себестоимости по «краям» цепочки с выравниванием на пике сезона. Конкуренция – любопытствующая. Выгода для фирмы нулевая, компания несет значительные затраты на продвижение своего турпродукта. Выгода для туриста заключается в том, что можно быть первооткрывателем и даже хорошо отдохнуть по низкой цене, правда, качество может страдать за счет неотлаженности схемы. Теоретически тур может быть продуман «от» и «до», но, как показывает практика, всегда есть нюансы, которые не поддаются расчету и логике.

На втором этапе жизненного цикла тур – «*Звезда*» очень много рекламируется, его узнают. Спрос при грамотном маркетинговом подходе растет, предложение тоже, то есть «новинку» начинает продавать все больше и больше фирм. Цена по «краям» цепочки практически равна себестоимости с небольшим завышением на пике сезона. Конкуренция ожесточается, рекламно-информационная деятельность по-прежнему масштабна. Результат для фирмы: материальный – самоокупаемость продукта, нематериальный – моральное удовлетворение и гордость за дело, которое делаешь хорошо, с любовью. Результат для туриста – хороший отдых по невысокой цене.

Стадия, на которой тур чувствует себя уверенно на рынке, пользуется популярностью среди потребителей, приносит стабильный доход называется «*Дойная корова*». Спрос – устойчиво растущий, предложение широко представлено на рынке. Цена – значительно выше себестоимости, максимальная, которую может заплатить потребитель. Конкуренция жесткая, ведь чем популярнее продукт и больше фирм его продающих, тем жестче конкуренция. Результат для фирмы – стабильный доход. Результат для туриста – раскрученный продукт имеет

свои преимущества (отлаженная технология приема, обслуживания, проводов гостей) и недостатки (с увеличением объема качество, как известно, снижается, количество недовольных потребителей увеличивается). На этапе стабильности появляется точка насыщения рынка, затем уровень продаж имеет тенденцию к сокращению. Интенсивные маркетинговые «фишки» в виде включения в тур дополнительных услуг, скидок, рекламы могут на какое-то время реанимировать рост продаж или даже привести к повторному циклу роста, но ненадолго.

На последнем этапе, который именуется «*Старая собака*» тур себя изживает: спрос близится к нулю, количество предложений значительно сокращается. Никто не желает работать с направлением, которое не приносит прибыли. Это трата времени и денег. Цена на тур привлекательная, но спрос падает, конкуренция косвенная. Результат для фирмы – при существенном спаде объема продаж принимается трудное решение об их прекращении. Клиент уже осваивает другие направления.

На жизненный цикл туров оказывают влияние такие процессы, как: внедрение новых технологий, истощение природных ресурсов, экологические и прочие ограничения, привычки и пристрастия покупателей, сезонность, мировые процессы интеграции, глобализации и т. д.

Проанализируем как влияет выбор сегмента и доля рынка туристического предприятия на его рекламно-информационную деятельность. Теоретики выделяют 4 вида сегментов рынка. Основной сегмент – тот, который приносит фирме основной доход. Этот сегмент наиболее многочисленный и весомый. Например, автобусные туры по Европе круглый год. Смежный сегмент, который дополняет основной время от времени, является поддерживающим. Например, открытие виз частным клиентам. Сегмент-«мечта» – это перспективный, разрабатываемый, стратегический сегмент. Например, поиск и обслуживание корпоративных заказчиков. И есть еще специфический сегмент, который стимулирует компанию развиваться и совершенствоваться, что требует порой немалых финансовых и временных затрат, но положительно влияет на имидж компании. Например, открытие отдела по обслуживанию ВИП-туристов. Или участие в различных тендерах, например, UNWTO. Рекламно-информационная деятельность туристического предприятия будет варьироваться в зависимости от того, на каком из вышеперечисленных сегментов работает фирма. Следует отметить, что у каждого сегмента рынка есть свое «больное» место, так называемая точка «G». Например:

- стоимость путевки (Крым, Румыния, Одесская область и т. д.);
- безвизовый или упрощенный визовый въезд (Черногория, Тунис, Венесуэла Египет, Турция и т. д.);
- экскурсионные возможности (Франция, Италия, Испания и т. д.);
- природно-климатические условия (Прибалтика, Болгария и т. д.);
- возможности для шопинга (Польша, ОАЭ, Греция и т. д.);
- мода и «незаезженность» маршрута (Хорватия, острова, новинки рынка).

Практически любой бизнес начинается с одного довольного клиента. И туристический бизнес не является исключением. Туристические фирмы наращивают клиентскую базу не сразу. В борьбе за место под солнцем приходится сталкиваться со множеством трудностей, в том числе и с конкуренцией. Конкуренты, с одной стороны, это хорошо, ведь именно они заставляют двигаться и развиваться неповоротливых и ленивых, а с другой стороны – неплохо было бы избавиться от всех конкурентов и владеть оригинальным туристическим продуктом единолично. Мировая монополия в турбизнесе длилась относительно недолго – около 20 лет (первое турбюро было открыто Т. Куком в Великобритании в 1841 году, а потом только в 1863 в Германии). Современный бизнес предлагает только две возможности – побеждать или быть побежденным.

ПРОБЛЕМЫ И ПЕРСПЕКТИВЫ ОНЛАЙН-БРОНИРОВАНИЯ В БЕЛОРУССКОМ ТУРИЗМЕ

О.Ф.Каган, Д.И. Шарлан,

Белорусский государственный университет физической культуры,
Республика Беларусь

Современная индустрия туризма за последние годы претерпела весьма существенные изменения в связи с внедрением новых компьютерных технологий. Широкое применение Интернета становится одной из актуальнейших задач в данной сфере. Создание мощных компьютерных систем бронирования средств размещения и транспорта, экскурсионного и культурно-оздоровительного обслуживания, информация о наличии и доступности тех или иных туров, маршрутов, туристского потенциала стран и регионов – весь комплекс этих вопросов становится актуальным для организации текущей и будущей деятельности туристских предприятий.

Планируя отдых за границей, шоп-тур или рабочую поездку, многие обращаются в турагентства, в то время как другие выбирают бронирование отелей онлайн и сами покупают билеты на самолет или поезд. Мировая практика показывает, что число самостоятельных путешественников неуклонно растет. Растет онлайн-бронирование всего и вся – отелей, авиабилетов, экскурсий.

И трансформация белорусского туризма от продаж в офисе к продажам через веб неизбежна. Стремясь найти наиболее выгодные предложения, современные путешественники активно погружаются в онлайн, формируя новый тренд на туристическом рынке. Появилась возможность выбрать новые маршруты, авиакомпании, гостиницы, которые рекомендуют в Интернете бывалые туристы. И количество таких отдыхающих, которых когда-то называли «индивидуалами», в дальнейшем будет неуклонно расти, становясь нормой.

Одно из распространенных мнений: онлайн для туристов в Беларуси нет. Причем речь идет не только об отсутствии полноценного онлайн-бронирования, но и об отсутствии белорусских туристических компаний в Интернете в принципе. В мае 2011 г. в Беларуси насчитывалось 1200 турфирм, из них лишь 265 имели фирменные сайты, а действующие сайты с актуальной информацией – и того меньше: всего 182. Таким образом, лишь 18 % турфирм постоянно присутствовали в сети. За последний год ситуация изменилась, но не намного.

Тем не менее, по последним данным, около 47 % населения Беларуси являются пользователями Интернета, при этом около 81 % из них выходят в сеть ежедневно. Поэтому игнорировать Интернет представителям белорусского туризма больше не удастся – именно он в ближайшей перспективе сможет дать преимущество одним и погубить других. Потому что технология созрела, ее потребители – тоже. В условиях продолжающегося кризиса направление онлайн-продаж получило отличный толчок к развитию, когда, с одной стороны, широкополосный Интернет стал доступен по всей стране, а с другой – сокращение доходов заставило путешественников внимательнее относиться к тратам на отдых, так как в глобальной сети сейчас доступна вся информация: цены, расписания авиарейсов, детали перелета, карты, фото гостиниц и отзывы о них – все это позволяет спланировать путешествие в удобное время в удобном месте.

Сеть окончательно проникла во все сферы жизни активного человека, а растущее количество качественных зарубежных онлайн-сервисов значительно упрощает организацию как туристических, так и деловых поездок. Даже мировые сервисы бронирования отелей косвенно уже обратили внимание на Беларусь, введя показ цен на гостиницы в нашей родной валюте – BYR.

А как же обстоит дело у наших ближайших соседей? В конце 2011 г. «Ситибанк» (Россия) и «Гугл» (Google) провели исследование российского рынка интернет-покупок, оплаченных банковскими картами. В этом году общие онлайн-расходы сограждан составили 600 миллиардов рублей, а к 2012 они вырастут до 800 миллиардов.

Выяснилось также, что 88 % российских пользователей выбирают товары в Интернете, а покупают их оффлайн. Это касается, например, автомобилей. Каждый третий и выбирает, и покупает в сети. Больше всего расходов россиян приходится на авиа- и железнодорожные билеты – у них 35 % и 13 % от общих затрат соответственно. За ними идут турагентства. Впрочем, пока в режиме онлайн бронируется всего 7,2 % туристических услуг России. Для сравнения, в Европе эта цифра достигает 26 %, в Америке – еще больше. По мнению участников рынка, технологически туррынок РБ отстает от российского на 3–5 лет. По данным последних исследований marketing.by, 76 % белорусов вообще не совершают покупок через Интернет, тем более на рынке туристических услуг. Таким образом, можно с уверенностью сказать, что эта сфера не достигнет своих современных западных размахов еще минимум лет десять.

Тем не менее, многие постоянные туристы уже оценили возможности и преимущества онлайн-бронирования. Особенно эту простоту и легкость ощущают люди, у которых отсутствует свободное время, а дела каким-то образом нужно решать. Долгожданный отпуск уже не за горами, но времени, чтобы вырваться из офиса и решить все вопросы, касающиеся поездки, нет.

Основные преимущества онлайн-бронирования для туристов:

- множество разнообразных предложений по отдыху сконцентрировано в одном месте;
- доступность информации – 24 часа в сутки;
- легко сравнить предложения между собой и выбрать оптимальный вариант отдыха;
- точная и оперативно меняющаяся информация о наличии свободных мест на курортах, в отелях, турбазах, санаториях любой страны и региона;
- экономия времени – туристу нет необходимости тратить время на поездку в турфирму и общение с менеджерами, куда приятнее делать это в кругу семьи или друзей;
- возможность изучать дополнительные разделы порталов («отзывы», «консультация», «форум» и т. д.), которые помогут определиться с выбором, дадут ответы на вопросы, снимут сомнения;
- интернет-бронирование ни к чему не обязывает клиента, являясь гибким и удобным инструментом общения. При контакте с менеджером турфирмы заказчик может изменить место и время поездки.

Для того чтобы забронировать тур на сайте турфирмы, туристу необходимо:

1. Зайти на сайт турфирмы (найти его при помощи поисковой системы).
2. Задать параметры путешествия: страна, курорт, отель и его категория, питание, предполагаемая дата вылета (выезда) и продолжительность поездки. На некоторых сайтах можно внести «ограничение туров до определенной стоимости».
3. Нажать кнопку «найти». Согласно запросу клиента на экране компьютера появляется прайс-лист с предложениями.

4. По любому из отображаемых в списке туров можно посмотреть подробную информацию, «кликнув» ссылку в конце/начале строки.

5. Выбрав подходящий тур, клиент может самостоятельно заказать его, нажав специальную кнопку. При этом заполняется соответствующая форма заявки, в которой, как правило, указываются личные данные туриста (фамилия, имя, отчество, дата рождения, паспортные данные); контакты (адрес, телефон, электронная почта). После этого «бронь» фиксируется в системе.

Что же мешает развитию онлайн-бронирования туров? В первую очередь специфика самого туристического продукта. По большому счету, заказать и оплатить одну услугу в Интернете – перелет, проживание или аренду авто – белорусский турист вполне может. Но вот выбрать, забронировать и оплатить комплекс услуг – то есть, по сути, приобрести готовый пакетный тур – увы, нет. Комплексность продукта, взаимоотношения клиента, агентства и оператора, зависимость окончательной стоимости от множества факторов – эти, как и многие другие особенности формирования туристического продукта значительно осложняют появление онлайн-бронирования в белорусском туризме. Ведь в соответствии с законодательством турист обязан заключить договор с фирмой-поставщиком услуг. Таким образом, клиент обязан лично явиться в офис компании для подписания соответствующих бумаг. Правда, существует тенденция, когда сотрудники турагентов подписывают с клиентами договора непосредственно перед путешествием в аэропорту или автобусе, или присылают своих курьеров с документами по месту жительства (работы) клиента.

Вторая проблема, мешающая развитию онлайн-бронирования в нашей стране, связана с недостаточной развитостью белорусских электронных платежных систем. По информации «Беларусбанка», в данный момент интернет-эквайрингом (установкой на сайт специально разработанного веб-интерфейса, позволяющего производить расчеты в сети) занимаются 3 из 24 банков, выпускающих банковские карты. К тому же в Беларуси пока представлены только две системы электронных платежей. Более того, из почти 9 млн карт, выпущенных белорусскими банками, около 80 % составляют так называемые «легкие», то есть дебетовые зарплатные карты, которые не принимаются к оплате в Интернете. К этому добавляется отсутствие внятной законодательной базы сферы интернет-платежей и низкий уровень лояльности рядовых белорусских граждан к системам оплаты банковской картой. По наблюдению специалистов, подавляющее большинство держателей карточек используют карты один раз в месяц – лишь для того, чтобы снять всю поступившую на счет наличность.

Определенные преимущества системы онлайн-бронирования имеются и для турагентов. Работа туристического агентства связана с поиском и заказом туров для своих клиентов. Искать туры приходится сотни, а то и тысячи раз в день, а бронировать единицы. Причем запросы клиентов настолько разнообразны, что менеджеру, для того чтобы найти ответ, нужно очень уверенно ориентироваться на туристическом рынке. Все ответы на запросы клиентов теперь лежат в Интернете – на сайтах туроператоров и в туристических поисковых системах.

Благодаря системам бронирования агентство получает доступ к самой свежей информации каждого из туроператоров, а использование технологий поиска значительно сокращает время на подбор нужных предложений и дает возможность сразу же забронировать выбранный тур. При этом на заполнение заявки здесь тратится минимум времени, так как все данные по туру подгружаются автоматически, а менеджеру агентства остается лишь заполнить данные о клиентах.

Предоставление клиентам возможности бронировать тур непосредственно на сайте турфирмы также выгодно сотрудникам компании, так как позволяет привлечь дополнительных клиентов, дает им возможность самим подобрать себе тур при минимальных временных затратах работы менеджера. Кроме того, подобные системы обычно позволяют сразу же отслеживать все данные клиентов, объединяя их в соответствующие базы, и проводить статистический анализ.

Подводя итоги всему сказанному выше, хочется отметить, что при современных темпах развития информационных технологий и средств коммуникации туристическая отрасль не сможет долго противостоять новым тенденциям, и будущее как раз за более широким использованием возможностей использования онлайн не только в бронировании, консультировании, продаже туров, но и во всех аспектах деятельности туристических компаний.

1. Marketing.by [Электронный ресурс] / Marketing.by. – Минск, 2007. – Режим доступа: <http://www.marketing.by>. – Дата доступа: 25.02.2012.

2. Profi.holiday.by [Электронный ресурс] / ОДО «Холидэйбай». – Минск, 2010. – Режим доступа: <http://www.profi.holiday.by>. – Дата доступа: 25.02.2012.

3. Масурновский, Е. Трансформация турбизнеса, или Чего хочет турист «нового поколения» / Е. Масурновский // Туризм и отдых. – 2011. – 13 января. – 3 с.

4. Родина, Р. Где искать и бронировать туры? Поисковые системы или сайты туроператоров – что лучше? / Р. Родина // turbooks.ru / [Электронный ресурс]. – 2008. – Режим доступа: <http://www.turbooks.ru/stati/tekhnika-tekhnologija-v-turizme/120-gde-iskat-i-bronirovat-tury-poiskovye.html>. – Дата доступа: 25.02.2012.

5. Смирнов, А. Система on-line бронирования туров: роскошь или необходимость? / А. Смирнов // Регионинфо / [Электронный ресурс]. – 2011. – Режим доступа: <http://www.regioninfo.ru/poleznoe/biznes-i-internet/sistema-on-line-bronirovaniya-turov-roskosh-ili-neobchodimost>. – Дата доступа: 25.02.2012.

6. Чудновский, А.Д. Информационные технологии управления в туризме: учеб. пособие / А.Д. Чудновский, М.А. Жукова. – М.: КНОРУС, 2008. – 104 с.

ИСПОЛЬЗОВАНИЕ ИНФОРМАЦИОННЫХ ТЕХНОЛОГИЙ В СПОРТИВНО-РЕКРЕАЦИОННОМ ТУРИЗМЕ

О.Ф. Казан, А.А. Гавдур,

Белорусский государственный университет физической культуры,
Республика Беларусь

В XXI веке человечество вступило в такой этап развития цивилизации, в котором информация, знания играют определяющую роль во всех сферах деятельности людей. Одной из самых информационно насыщенных и широко применяющих новейшие компьютерные технологии областью человеческого знания является туризм. Не должна отставать от прочих и сфера спортивного и рекреационного туризма. Особенно это актуально в современном обществе, когда различные формы активной рекреации приобретают все большую популярность. Однако пока остается без должного внимания важный аспект, а именно необходимость создания научно-методических основ для применения информационных технологий в рекреационно-туристической деятельности.

Все возможности информационных технологий в сфере спортивного и рекреационного туризма по их области применения следует разделить на следующие направления:

- 1) подготовка спортсменов и проведение соревнований по спортивному ориентированию;
- 2) судейство соревнований по туристско-прикладному многоборью;
- 3) составление продуктовой раскладки для похода;
- 4) программы для редактирования географических карт и проведения и оценки маршрута похода;
- 5) обучение основам туризма.

Каждому направлению соответствуют свои возможности использования различного программного обеспечения, связанные с решением поставленной задачи. Рассмотрим более подробно некоторые из перечисленных направлений.

1) В спортивном ориентировании существует ряд программ, которые позволяют проводить соревнования, помогают в тренировочном процессе, в форме виртуальной реальности, подготавливают спортсменов к активной деятельности. Примером программы, которую можно использовать в данном направлении, может служить WinOrient (автором программы является Д. В. Налетов, создана в России, распространяется бесплатно).

WinOrient позволяет организовать старт и финиш на соревнованиях. Возможности программы очень широки:

- позволяет проводить как простые соревнования, так и командные;
 - широкий и гибкий фильтр участников;
 - вывод и печать результатов;
 - наличие накопительного списка спортсменов и чипов;
 - возможность хранения в базе любого количества соревнований, что дает возможность без ограничений сохранять нужные данные и делать расчеты по итогам нескольких соревнований, скажем, например, за год;
 - возможность резервирования данных, не выходя из программы (например, на носитель), и автоматической архивации данных при окончании работы с программой (в случае форс-мажора данные легко восстанавливаются из резервных копий);
 - относительно простая настройка для использования программы в локальной сети.
- Кроме этого, существуют программные продукты, которые можно использовать в тренировочном процессе (например, комплекс «Тренировки»), системы «виртуальной реальности» для формирования у спортсменов двигательных навыков и умений; обучающие программы, позволяющие лучше освоить технику ориентирования.

2) Для судейства соревнований, создания судейских протоколов чаще всего используют электронную таблицу Excel.

Электронные таблицы дают возможность работать со списками, обсчитывать, графически интерпретировать числовую информацию. Они позволяют с легкостью сортировать, фильтровать, суммировать и обрабатывать данные рабочего листа, что обеспечивает возможность быстро и качественно создавать протоколы как профессионалам, так и начинающим пользователям. Кроме того, такие файлы легко можно выложить в глобальную сеть. К сожалению, не существует специально написанных, распространенных программных продуктов непосредственно для судейства соревнований по ТПМ.

3) Для раскладки продуктов большинство туристов также используют Excel, а некоторые вообще составляют в черновом варианте от руки. Но существует целый ряд компьютерных программ, которые могут помочь в решении данного вопроса. Одной из них является программа Outdoor Food Ration Calculator (автор Е. Полькин, создана в России, распространяется бесплатно).

Outdoor Food Ration Calculator предназначена для составления продовольственных раскладок для туристских путешествий различных категорий сложности в различных видах туризма. В зависимости от сложившихся в команде пристрастий, возможно использование ее для составления раскладок разного типа – от среднесуточного рациона на весь поход до детального меню на каждый день похода. Составление раскладки осуществляется выбором из справочника необходимых продуктов или блюд. При этом программа позволяет легко контролировать основные характеристики (калорийность, вес, соотношение белков/жиров/углеводов,

растительных и животных компонентов) составляемой раскладки. Оценка осуществляется применительно к конкретному виду туризма и категории сложности путешествия. Все это позволяет составить раскладку, оптимальным образом подобрав ее характеристики для планируемого путешествия.

Разумеется, грамотного и опытного завхоза программа не заменит, но существенно облегчит вам черновую работу и поможет избежать грубых ошибок при составлении раскладки.

4) Одним из важных направлений возможного использования информационных технологий в деятельности, связанной со спортивным и рекреационным туризмом, являются геоинформационные системы и комплексы редактирования географических карт. Подобные программные продукты помогают туристам при выборе и прокладке маршрута, получении путевой информации. Примером программы, решающей такие задачи, является Oziexplorer (разработчик: Des & Lorraine Newman, Австралия).

Oziexplorer предназначена для работы с растровыми картами и поддерживает обмен навигационными данными с GPS навигаторами. Данная программа позволяет пользователям добавлять путевые точки, маршруты и пути на карту одним нажатием кнопки и загружать эти данные в GPS навигатор. Oziexplorer способен работать с любой растровой картой, в том числе отсканированной пользователем, для чего требуется осуществить привязку карты к реальным координатам по нескольким точкам.

5) Примером программного комплекса, который может быть использован при начальном обучении туристов, является энциклопедия «Руководство туриста» (Россия, компания-производитель «Хорошая погода»). В этой электронной книге найдется все, что нужно для грамотной организации и проведения похода: как правильно выбрать маршрут, что взять с собой, как одеться, как не скормить себя комарам и многое другое. Сборы, снаряжение, рем-наборы, аптечки, оказание первой помощи, разведение огня, добывание пищи и воды, ориентирование, предсказание погоды, привалы и ночлеги, рациональное питание, поведение в экстремальных ситуациях, – ничто не осталось без внимания. Представленные материалы позволяют детально спланировать как простой пикник в лесу, на который можно взять даже детишек, так и серьезный горный маршрут. Пешие и лыжные походы, велопогулки и даже путешествия автостопом – вы будете теоретически подкованы и готовы ко всему.

Анализируя вышеизложенную информацию, можно сделать заключение о том, что, во-первых, применение информационных технологий в спортивном и рекреационном туризме колоссально облегчает работу по составлению того или иного туристского продукта, а также позволяет избежать многих ошибок. Во-вторых, помогает наилучшим образом подготовить специалистов высокого класса к работе в сфере спортивного и рекреационного туризма.

1. Des Newman's OziExplorer [Electronic resource]. – Mode of access: [http:// www.ozieplorer.com](http://www.ozieplorer.com) – Date of access: 26.02.2012.

2. Outdoor Food Ration Calculator – Калькулятор рационов для спортивного и самодетельного туризма [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://softpole.narod.ru> – Дата доступа: 26.02.2012.

3. Горизонт-экстрим. Программы для туризма [Электронный ресурс] / Благовещенский Туристический Центр «Горизонт-Экстрим». – Режим доступа: <http://www.gorizont-extreme.ru/program.php>. – Дата доступа: 26.02.2012.

4. Заневська, Л.Г. Застосування інформаційних технологій у рекреаційно-туристській діяльності фахівців фізичного виховання: дис. ... канд. наук з фіз. виховання і спорту: 24.00.02 / Л.Г. Заневська. – Львівський держ. ун-т фізичної культури. – Львів, 2007. – 233 арк.

5. Руководство туриста [Электронный ресурс]. – ООО «Хорошая погода» (450 Мб) – Воронеж, 2006. – 1 электрон. опт. диск (CD-ROM).

6. Современные информационные технологии в физической культуре и спорте: тез. докладов Международной научно-практической конференции, посвященной 70-летию образования Удмуртского государственного университета / под общ. ред. проф. П.К. Петрова. – Ижевск: Издательский дом «Удмуртский университет», 2001. – 164 с.

7. Федоров, И. Использование информационных технологий в спортивном ориентировании / И. Федоров // Клуб спортивного ориентирования Гольфстрим [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.gs-oc.ru/articles/64-it-tech-in-orienteeing> – Дата доступа: 26.02.2012.

НАУЧНО-МЕТОДИЧЕСКИЕ ПОДХОДЫ К ТЕРРИТОРИАЛЬНОЙ ОРГАНИЗАЦИИ И УПРАВЛЕНИЮ ТУРИСТСКИМ КОМПЛЕКСОМ В ГОМЕЛЬСКОЙ ОБЛАСТИ

Е.Н. Карчевская, канд. геогр. наук, доцент,

Гомельский государственный технический университет им. П.О. Сухого,
Республика Беларусь

Развитие туристско-рекреационного комплекса Гомельской области является составной частью двух масштабных государственных программ Республики Беларусь – Государственной программы по преодолению последствий катастрофы на Чернобыльской АЭС и Государственной программы развития туризма в Республике Беларусь [1, 2]. «Проблемный» статус исследуемого региона определяет экологические ограничения в использовании туристско-рекреационных ресурсов; территориальную неоднородность в развитии туристской

инфраструктуры; преобладание выездных туристских потоков над въездом [3, 4]. В то же время на фоне названных экологических и социально-экономических проблем отмечено увеличение внутреннего спроса на недорогой региональный туристский продукт, поэтому оценка туристско-рекреационного потенциала, изучение пространственных проявлений экологических последствий Чернобыльской катастрофы, выявление экологически неблагополучных районов, где развитие массовых видов туризма не представляется возможным, относятся к числу приоритетных задач реабилитации Гомельского эколого-дестабилизированного региона [5, 6].

Оценка туристско-рекреационного потенциала была проведена с использованием разработанной методики, которая предусматривает расчет интегрированного показателя туристско-рекреационного потенциала административных районов с использованием интегральных оценок ключевых факторов формирования туристско-рекреационного потенциала – ресурсного, экологического, потребительского, инфраструктурного.

Интегральные показатели воздействия ресурсного, экологического, потребительского и инфраструктурного факторов формирования туристско-рекреационного потенциала рассчитаны с использованием формулы (1):

$$I_i = \sum_{j=1}^n \frac{w_j}{Q} v_j, \quad (1)$$

где I_i – интегральный показатель фактора формирования туристско-рекреационного потенциала; w_j – величина показателя административного района, выраженная в системе физических величин; v_j – весовой коэффициент показателя; Q – величина исследуемого показателя Гомельской области в той же системе единиц.

Интегрированный показатель – сравнительный индекс туристско-рекреационного потенциала, получен путем комплексирования интегральных показателей факторов формирования туристско-рекреационного потенциала (2):

$$II = \sum_{i=1}^n I_i k_j, \quad (2)$$

где II – сравнительный индекс туристско-рекреационного потенциала административного района; I_i – интегральный показатель фактора формирования туристско-рекреационного потенциала; k_j – коэффициент интенсивности воздействия фактора.

С использованием предложенной методики оценки туристско-рекреационного потенциала рассчитаны интегральные показатели воздействия ресурсного, экологического, потребительского, инфраструктурного факторов и интегрированный показатель туристско-рекреационного потенциала административных районов Гомельской области.

Интегральная оценка воздействия ресурсного фактора формирования туристско-рекреационного потенциала административных районов получена в результате комплексирования показателей насыщенности административных районов культурно-историческими и природно-рекреационными ресурсами и аттрактивности туристско-рекреационных ресурсов.

Интегральная оценка влияния экологического фактора получена в результате комплексирования показателей техногенного преобразования, радиоактивного загрязнения и экологического равновесия территории административных районов.

Воздействие потребительского фактора определялось интенсивностью туристских потоков.

Для оценки воздействия инфраструктурного фактора формирования туристско-рекреационного потенциала административных районов рассчитаны показатели функционирования предприятий гостиничного хозяйства, транспорта, общественного питания, развлекательно-зрелищной сферы, санаторно-курортного хозяйства, туристских предприятий.

В рамках настоящего исследования была разработана концепция территориально-дифференцированного развития туризма в проблемном регионе, предусматривающая конструирование из административных районов с высокими значениями сравнительного индекса туристско-рекреационного потенциала управляемых туристско-рекреационных зон – Гомельско-Мозырской, Светлогорско-Рогачевской, Житковичско-Петриковской, а также Чечерско-Добрушской (территория фрагментарного непродолжительного туризма).

Территориально-дифференцированное развитие туризма в Гомельском проблемном регионе предусматривает развитие социально-ориентированного, экологически безопасного внутреннего туризма в пределах выделенных туристско-рекреационных зон.

При планировании и контроле функционирования туристско-рекреационных зон может быть использована разработанная система региональных ценностных критериев оценки воздействия факторов формирования туристско-рекреационного потенциала Гомельской области. В качестве показателей мониторинга при этом используются частные и интегральные показатели ресурсного, экологического, потребительского и инфраструктурного – ключевых факторов развития туризма. Контролируются также значения интегрированного показателя туристско-рекреационного потенциала административных районов. Предполагается, что мониторинг туристско-рекреационного потенциала административных районов будет осуществляться ежегодно, что позволит проследить динамику интегральных показателей, формирующих сравнительный индекс туристско-рекреационного потенциала.

Проведенные исследования позволили выявить следующие результаты. Ухудшение ситуации по потребительскому фактору связано с уменьшением численности прибывших туристов. Показатели ресурсного потенциала в целом стабильны. В Житковичском, Мозырском, Калинковичском, Речицком, Ветковском, Чечерском районах они увеличились. Это связано с внедрением областной программы развития туризма, брендингом региональных достопримечательностей, проведением тематических туристских мероприятий, разработкой и продвижением на рынок новых туров, включающих объекты «Золотого кольца Гомельщины». В интегральном показателе развития инфраструктуры туризма наиболее динамичными являются характеристики гостиничного хозяйства. Отрицательные значения получили районы, для которых свойственно снижение загрузки гостиниц, уменьшение количества принятых иностранных туристов. Показатели техногенного преобразования территории имеют отрицательную динамику в районах с высокой плотностью производственных предприятий и населения. Показатели мониторинга для каждого административного района туристско-рекреационной зоны позволяют контролировать детерминантные факторы устойчивого развития. В случае выявления несбалансированного развития одного из ключевых факторов формирования туристско-рекреационного потенциала нужно вносить корректирующие поправки в стратегическую программу развития рекреационной деятельности в туристско-рекреационной зоне (регулировать рекреационную нагрузку, развитие инфраструктуры и т. д.).

В ресурсном потенциале Светлогорско-Рогачевской зоны наиболее значительна роль историко-археологических и природно-рекреационных достопримечательностей. Большой объем туристских прибытий обеспечивает высокие показатели загрузки гостиниц, имеющие положительную динамику. Однако другие показатели развития инфраструктуры имеют тенденцию к снижению. Сильное техногенное преобразование территории является следствием сосредоточения крупных промышленных предприятий в пределах зоны. В целях эффективного развития туристско-рекреационной зоны в настоящее время следует использовать систему жесткого мониторинга экологической ситуации, проводить контроль выбросов в атмосферу промышленных предприятий, транспортных средств, сбросов сточных вод, накопления твердых отходов на предприятиях и на территории района. Кроме того, следует обратить внимание на возможность формирования в пределах зоны конкурентоспособного туристского продукта на базе привлекательных ресурсов территории, возможность развития промышленного туризма.

Средние показатели ресурсного потенциала Чечерско-Добрушской зоны формируются, главным образом, за счет привлекательных историко-архитектурных ресурсов. Зона характеризуется низким объемом туристских прибытий. Имеет нестабильные показатели развития сферы гостеприимства. Экологическая обстановка в пределах зоны остается проблемной за счет высокой плотности накопления радиоактивных осадков, что заставляет рассматривать ее как территорию фрагментарного непродолжительного развития туризма. Требуется создание и брендинг привлекательного туристского продукта на базе имеющихся достопримечательностей территории.

Высокая экспертная оценка ресурсов Житковичско-Петриковской зоны формируется за счет сильного природно-рекреационного потенциала. Туристско-рекреационная зона имеет максимальные показатели экологического равновесия территорий административных районов и низкие значения техногенного преобразования территории, что выступает одним из существенных факторов развития туризма. Однако невысокие показатели туристских прибытий и интенсивности туристских потоков, низкий уровень развития инфраструктуры туризма требуют проведения ряда маркетинговых мероприятий для привлечения туристов.

Гомельско-Мозырская зона насыщена привлекательными рекреационными ресурсами, обеспечивает максимальный по Гомельскому региону объем туристских прибытий и имеет высокие показатели интенсивности туристских потоков, загрузки гостиниц, развития инфраструктуры туризма. Высокое техногенное преобразование территории вызывает необходимость жесткого контроля над экологической ситуацией в пределах туристско-рекреационной зоны.

Система мониторинга, характеризующая ресурсный, экологический, потребительский, инфраструктурный факторы формирования туристско-рекреационного потенциала, позволила выявить следующие тенденции. Наибольшая нестабильность в развитии свойственна потребителскому и инфраструктурному факторам. Экологический фактор имеет отрицательную динамику как в целом по области, так и по большинству районов. Отрицательная динамика факторов формирования туристско-рекреационного потенциала выявлена в Чечерско-Добрушской туристско-рекреационной зоне, отражая высокую плотность промышленных предприятий. Согласно проведенному мониторингу, интенсивное развитие (положительная динамика изменения показателей) туристско-рекреационного потенциала характерна для Гомельско-Мозырской, Житковичско-Петриковской, Чечерско-Добрушской зон, экстенсивное (отрицательная динамика) – для Светлогорско-Рогачевской туристско-рекреационной зоны. Предложенная система мониторинга, позволяет в рабочем режиме контролировать реализацию программы сбалансированного развития туризма в туристско-рекреационных зонах с использованием интегральных показателей воздействия ресурсного, экологического, потребительского и инфраструктурного факторов и, при необходимости, вносить корректирующие изменения.

2. Государственная программа развития туризма в Республике Беларусь на 2011–2015 гг. // Национальный реестр правовых актов Республики Беларусь. – 2011. – № 5/33538.
3. Карчевская, Е.Н. Развитие туризма в проблемном регионе: научно-методические подходы к территориальной организации и управлению / Е.Н. Карчевская. – Saarbrücken: «LAP LAMBERT Academic Publishing GmbH & Co. KG», 2011. – 172 с.
4. Карчевская, Е.Н. Состояние и перспективы развития туризма Гомельской области / Е.Н. Карчевская. – Минск: Риф-тур, 2006. – 136 с.
5. Козловская, Л.В. Устойчивое развитие экологически проблемных регионов Беларуси / Л.В. Козловская // Белорусский экономический журнал. – 2002. – № 3. – С. 6–14.
6. Национальная стратегия устойчивого социально-экономического развития Республики Беларусь на период до 2020 г. / Национальная комиссия по устойчивому развитию Респ. Беларусь; редкол.: Я.М. Александрович [и др.]. – Минск: Юнипак. – 200 с.

ЭТАПЫ АВТОМАТИЗАЦИИ ТУРИСТИЧЕСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

Т.Д. Колодник, Ю.Д. Шостак, Ю.А. Кремень, Т.Г. Чернявская,
Белорусский государственный университет физической культуры,
Республика Беларусь

В настоящее время процессы автоматизированной обработки информации охватывают практически все виды деятельности. В условиях конкуренции и рыночных отношений реализация системного подхода автоматизации туристического бизнеса – необходимая и весомая предпосылка успешной экономической деятельности.

Прямое назначение автоматизации деятельности турпредприятий – оптимизация трудозатрат, создание единого информационного пространства компании, оперативность принятия управленческих решений, расширение географии рынка услуг.

С целью выстраивания основных этапов автоматизации туристической деятельности определим основные принципы автоматизации туристического бизнеса. К ним можно отнести:

- формирование культуры деятельности туристических предприятий на основе использования средств и методов автоматизации;

- внедрение и использование систем автоматизированной обработки информации;

- решение маркетинговых задач продвижения туристических продуктов.

В условиях рыночных взаимоотношений эффективное ведение турбизнеса предполагает использование аппаратно-программных комплексов и автоматизированных систем обработки информации. Главная задача функционирования компьютерных информационных систем в туристическом бизнесе – автоматизация деятельности на различных этапах формирования туристического продукта (получение, подготовка, обработка, учет, поиск, передача, контроль информации и т. д.) [1].

Основными системными требованиями комплексной автоматизации туристического бизнеса могут выступать:

- целевое назначение и достаточность компонентов системы для достижения необходимых результатов;

- оптимальное использование программного обеспечения;

- унификация параметров компьютерной техники и программного обеспечения;

- наличие в структуре координационного центра;

- наличие прямых и обратных информационно-управленческих и деловых связей;

- информационный маркетинг и реклама.

Комплексная автоматизация и информационный процесс обработки информации при создании туристического продукта предполагает охват следующих технологических и административно-управленческих процессов:

- сбор, хранение и доступ к информации делового назначения;

- анализ информационных источников;

- подготовка документации;

- оперативный информационный обмен;

- поддержка делового документооборота на современном уровне;

- программное решение специализированных задач;

- ведение отчетности;

- рекламная и маркетинговая деятельность и др.;

С учетом основных принципов и системных требований к комплексной автоматизации турбизнеса, технологических процессов обработки информации формируются этапы автоматизации туристического бизнеса.

К структурным компонентам комплексной автоматизации туристического бизнеса можно отнести следующие этапы автоматизации его деятельности:

- автоматизация офисной деятельности;
- автоматизация туроператоров и турагентов;
- автоматизация гостиничного и ресторанного бизнеса;
- представительство в сети Интернет, продвижение сайта и маркетинговая деятельность [2].

В составе комплексной автоматизации каждый этап имеет свое функциональное назначение, предполагает наличие и использование определенных программных средств и имеет логическую связь с другими этапами.

Использование структурных компонентов автоматизации турбизнеса в работе компаний способствует повышению их конкурентоспособности и адаптируемости к изменениям рыночной конъюнктуры. В связи с этим заметим, что принятие турпредприятиями решения об использовании в работе автоматизированных систем и наличия представительства в сети Интернет – задачи, требующие взвешенного решения, которое должно отвечать требованиям бизнеса по масштабу, специфике, минимизировать затраты на поддержку и труд персонала, повышать оперативность и качество работы турпредприятия в целом.

За общую оценку эффективности каждого из структурных компонентов комплексной автоматизации турбизнеса могут быть приняты научное обоснование целей использования и конкурентоспособного преимущества, согласованность целей с достижением прогнозируемых результатов, взаимосвязь и подчиненность компонентов автоматизации повышению эффективности труда в туристической компании [3].

1. Скрипкин, К.Г. Экономическая эффективность информационных систем / К.Г. Скрипкин. – М.: ДМК Пресс, 2002. – 256 с.
2. Плотникова, Н.И. Комплексная автоматизация туристского бизнеса: учебно-методическое пособие: в 2 ч. / Н.И. Плотникова. – М.: Советский спорт, 2000. – 320 с.
3. Вереvченко, А.П. Информационные ресурсы для принятия решений / А.П. Вереvченко. – М.: Деловая Книга, Академический проект, 2002. – 560 с.

ПОТРЕБИТЕЛЬСКИЕ ПРЕДПОЧТЕНИЯ КАК ФАКТОРЫ ВЫБОРА ТУРИСТИЧЕСКОГО ПРЕДПРИЯТИЯ

Ю.А. Ломянская, Д.А. Бессараб, канд. геогр. наук, доцент,

Институт туризма Белорусского государственного университета физической культуры,
Республика Беларусь

Качество предоставляемых товаров и услуг в современном мире является одним из важнейших факторов, определяющим успешность функционирования субъектов хозяйственной деятельности безотносительно отрасли или вида выпускаемых товаров и услуг.

Данный постулат актуален для сферы туризма, поскольку туристическая услуга неосвязаема, нематериальна, существенно отставлена во времени и территориально состоит из множества элементов и требует высочайшего уровня координации исполнителей.

Как показывает практика, на сегодняшний день в Республике Беларусь лишь немногими туристическими предприятиями осознана необходимость следования философии качества, далеко не все субъекты приняли ориентацию на возможно максимальное удовлетворение потребностей клиента, и лишь единицы специалистов владеют методологией и конкретными методами и приемами менеджмента качества.

Также наблюдается недостаток систематизированной и научно обоснованной информации о факторах, определяющих качество офисного сервиса и успешность продаж.

Предваряя исследования по определению качества обслуживания, на туристических предприятиях была проведена серия неструктурированных интервью с потребителями и менеджерами туристических предприятий, которым были заданы вопросы о значимых факторах, определяющих качество обслуживания на туристических предприятиях.

По результатам проведенного исследования было отобрано около 30 факторов, определяющих качество обслуживания, которые легли в основу разработки анкетного инструментария. Поскольку факторы качества обслуживания носили как позитивный, так и негативный характер, была разработана анкета, состоящая из двух логических частей. Первую часть анкеты образовали вопросы, преимущественно определяющие удовлетворенность клиентов, вторую – вопросы, определяющие неудовлетворенность клиентов туристических предприятий. Репрезентативная выборка составила 168 человек. Респондентам предлагалось оценить каждый вопрос-утверждение по десятичной шкале, в результате исследования была оценена значимость каждого из факторов.

Интегрированный факторный анализ переменных, определяющих удовлетворенность и неудовлетворенность клиентов туристических предприятий, представлен на рисунке.

Перемен.	Фактор.нагрузки (Эквивалент норм.) (Таблица ТФ) Выделение: Главные компоненты (Отмечены нагрузки > .650000)					
	Фактор 1	Фактор 2	Фактор 3	Фактор 4	Фактор 5	Фактор 6
Опыт фирмы	-0,049151	0,125015	0,020251	0,822864	0,013222	0,165702
Известность на рынке	0,144738	0,151473	0,078253	0,615339	0,177497	0,185706
Офис расположение	0,277282	0,001792	-0,089195	0,079645	0,125253	0,563050
Офис размер класс	0,407892	0,020232	-0,101722	0,203701	0,099572	0,676637
Лицензия	0,342997	-0,033441	-0,054780	0,412120	-0,026366	0,147217
Фирма размер	0,162003	0,181127	0,000449	0,597826	0,162248	0,357599
Сотрудники внешний вид	0,677468	0,013177	-0,111788	0,009202	-0,059955	0,430290
Выставки ярмарки	0,419349	0,262919	-0,098974	0,364820	0,229722	-0,041754
Интернет сайт	0,661859	0,025736	0,049537	0,120977	0,059875	0,382894
Открытки рекламки	0,340756	0,207868	-0,038073	0,169103	0,339281	0,178498
Скидки бонусы	0,362600	0,296327	0,080449	0,247090	0,234282	-0,183700
Знание турпродукта	0,603290	0,015124	0,228600	0,486613	0,062625	-0,046900
Знания стран и т.п.	0,685467	-0,073893	0,188443	0,095409	0,074730	0,023820
Удачная покупка в прошлом	0,035420	-0,030932	0,184031	0,325179	0,414698	-0,269884
Сарафанное радио	0,068548	0,055954	-0,001395	0,165987	0,738207	0,097536
Интернет отзывы	0,227835	-0,056176	-0,103788	0,012626	0,703145	0,131152
Чай кофе	0,274999	0,452944	0,185044	0,221137	0,497694	0,185643
Менеджер приятен в общении	0,709640	0,217841	0,010998	-0,098479	0,092681	-0,005654
Личное знакомство	0,023063	0,047060	0,043863	0,166518	0,043289	0,263529
Менеджер внимательно слушает	0,796141	0,070800	0,095707	0,139994	-0,053539	0,036223
Менеджер не "давит"	0,757851	0,114251	0,273992	0,225568	-0,175471	0,043528
Сообщают о "проблемах"	0,799306	-0,077710	0,053785	-0,057666	-0,223857	0,090930
Привычки и предпочтения	0,654700	0,178463	0,101096	-0,071033	0,309218	0,115260
Предлагают другие варианты	0,662579	0,143595	0,107603	-0,165820	0,048100	0,207459
Не манипулирует	0,734716	-0,029486	0,262290	0,282049	0,077343	-0,021797
Забота о спутниках	0,700087	0,422730	0,068825	-0,056227	0,269090	-0,076266
Терпим к "капризам"	0,659176	0,044766	-0,003152	-0,112057	0,066090	0,206373
Малый опыт	0,173488	0,345145	-0,111170	0,529970	-0,118930	0,073646
Малая известность	-0,003469	0,449754	-0,011137	0,453923	0,044171	0,180146
Неудобное место офиса	0,250098	0,021011	-0,094417	0,063255	0,062801	0,738816
Тесный офис	0,187448	0,047606	0,149167	0,140370	-0,021045	0,719865
Нет лицензии	0,109805	-0,163965	0,299398	0,280606	0,074010	0,411383
Фирма маленькая	0,160557	0,482644	0,104626	0,387270	-0,037860	0,067202
Сотрудники неопрятны	0,281148	0,215964	0,444831	-0,081089	-0,011102	0,417447
Не участвует в выставках	0,131446	0,445886	0,180133	0,234628	0,270008	0,229912
Нет сайта	0,245555	0,179284	0,318391	0,084484	0,121848	0,415465
Не присылают открытки рекламки	0,242825	0,530451	-0,072679	0,138112	0,199548	-0,111970
Не дают скидки	0,217140	0,631268	0,148256	0,096229	0,052139	-0,115634
Менеджер не знает турпродукт	-0,002532	0,117111	0,442495	0,061662	0,238176	0,090425
Менеджер не знает страну и т.п.	0,014144	0,157335	0,469133	-0,217909	0,160033	0,224821
Ранее не обращался в фирму	0,171686	0,767435	-0,202112	0,163204	-0,086713	0,040728
Сарафанное радио - отрицат. отзывы	0,020882	-0,091163	0,407364	0,045115	0,430594	0,300673
Интернет - отрицат. отзывы	0,097143	0,084921	0,144531	-0,121895	0,728622	0,071305
Кофе, чай не предлагают	-0,074439	0,576471	0,017001	0,299932	-0,309310	0,102087
Менеджер неприятен в общении	0,293829	-0,071662	0,657814	-0,061656	-0,095149	0,029775
Лично не знаком	-0,126781	0,651432	-0,230535	-0,041252	-0,119036	0,104269
Менеджер не слушает, перебивает	0,356260	0,102202	0,611538	0,143084	-0,008360	0,041598
Менеджер назойлив, "давит"	0,098578	-0,118303	0,726175	0,219710	-0,050438	-0,240220
Не говорят о проблемах	0,053804	0,181989	0,539927	-0,071587	-0,299288	0,030899
Не интересуют привычки и предпочтения	0,223131	0,526010	0,419081	-0,145942	0,249398	0,035855
Формальный подход	0,228381	0,445569	0,308512	-0,203045	-0,186911	0,276513
Менеджер манипулирует	0,140700	-0,175476	0,619927	0,236594	0,080790	-0,236516
Не интересуют мои спутники	0,311944	0,636677	0,190543	-0,050414	0,222259	-0,055818
Раздражают доп. вопросы и "капризы"	0,258225	-0,083509	0,475392	-0,210884	0,124540	0,046690
Общ. дис.	8,382705	4,721884	4,154840	3,801679	3,401335	3,787150
Доля общ.	0,155235	0,087442	0,076941	0,070401	0,062988	0,070132

Примечание: фактор 1 – «профессионально-психологический+» (психологический комфорт клиента, а также уровень профессиональной компетентности менеджера); фактор 2 – «знакомство» (личное знакомство с менеджером, прошлое обращение в данное турпредприятие, его известность на рынке, предлагаемые клиентам скидки и бонусы); фактор 3 – «профессионально-психологический-» (психологический дискомфорт клиента, а также профессиональная некомпетентность менеджера, его раздражительность, назойливость и давление на клиента); фактор 4 – «опыт и известность» (опыт работы турпредприятия на рынке, его известность, наличие наград и достижений); фактор 5 – «отзывы+» (отзывы о турпредприятии в сети Интернет и по «сарафанному радио», как положительные, так и отрицательные); фактор 6 – «офис+» (месторасположение офиса турпредприятия, его размер и комфортабельность, как позитивные, так и негативные).

Рисунок 1 – Результаты факторного анализа переменных, определяющих неудовлетворенность и удовлетворенность клиентов туристических предприятий

Как показал анализ факторов, наивысшим по значимости является фактор 1, условно названный «профессионально-психологический+». Данный фактор характеризуется следующими переменными:

- презентабельный внешний вид сотрудников турпредприятия;
- наличие интернет-сайта;
- приятный в общении менеджер;
- умение менеджера слушать;
- отсутствие психологического давления на клиента и манипулирования его сознанием;
- знание менеджером стран посещения и продаваемого турпродукта;
- сообщение клиенту о потенциальных проблемах и недостатках тура;
- предложение других вариантов отдыха;
- терпимость к капризам клиента, его возможным страхам и сомнениям;
- забота о спутниках клиента.

Наивысший вес в данном факторе имеют «психологические» переменные, а также уровень профессиональной компетентности менеджера по продажам. Этот фактор определяет около 30 % общей удовлетворенности из 63 % объясненной дисперсии.

Второй по значимости фактор, условно названный «знакомство», преимущественно определяется фактом личного знакомства с менеджером, прошлыми обращениями в данное турпредприятие, а также известностью предприятия на рынке, и, частично, предлагаемыми клиентам скидками и бонусами

Третий фактор, названный «профессионально-психологический–», определяется параметрами психологического дискомфорта клиента, а также профессиональной некомпетентностью менеджера, его раздражительностью, назойливостью, давлением на клиента и манипулированием его сознанием, нетерпимостью к дополнительным вопросам клиента и умалчиванием о возможных проблемах, которые могут возникнуть в период путешествия.

Факторы 4, 5 и 6 определяются, соответственно, опытом туристического предприятия на рынке и его известностью, отзывами клиентов о турпредприятии в сети Интернет и по «сарафанному радио» и характеристиками офиса турпредприятия: его месторасположением, размером, комфортабельностью. Однако эти факторы определяют лишь около 5 % общей дисперсии, или 12 % объясненной.

Исходя из вышеназванного, мы можем констатировать, что общее представление о структуре требований различных групп клиентов было получено. Таким образом, можно утверждать, что удовлетворенность клиентов туристических предприятий может быть обеспечена высокой профессиональной и психологической подготовленностью менеджеров, их коммуникативными навыками и общей презентабельностью.

РОЛЬ САНАТОРНО-КУРОРТНОГО КОМПЛЕКСА В ОЗДОРОВЛЕНИИ НАСЕЛЕНИЯ РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ

Н.В. Мазур, канд мед. наук,

Республиканский центр по оздоровлению и санаторно-курортному лечению населения,
Республика Беларусь

Санаторно-курортное лечение и оздоровление населения является одним из важных аспектов социальной политики государства. Существующая в Республике Беларусь система санаторно-курортного лечения и оздоровления населения позволяет обеспечить социальные гарантии населению, сохранение и укрепление здоровья нации, эффективную и стабильную работу здравниц.

Природа Беларуси и ее природные лечебные факторы весьма разнообразны и способствуют широкому развитию курортного дела.

В настоящее время в Беларуси разведано 214 месторождений лечебных минеральных подземных вод, принадлежащих к 12 бальнеологическим группам. Все санаторно-курортные организации республики (109) применяют минеральные воды в лечебном процессе, в 50 из них используется минеральные воды из 90 скважин, имеющих на территории этих организаций.

Физико-географические условия страны благоприятны для формирования лечебных (торфяных и сапропелевых) грязей. В Кадастр сапропелевых месторождений Беларуси внесены более 600 месторождений. Разрабатываются в настоящее время 5 месторождений сапропелей – на озерах Дикое и Бенин Гродненской области, Судобль Минской области, Святое и Червоное Гомельской области. В стране также насчитывается 113 торфяных месторождений, содержащих сырье, пригодное для использования в лечебных целях.

Лечебные грязи применяют 62 санаторно-курортные и оздоровительные организации республики. Ежегодно для указанных целей используется свыше 3,0 тыс. тонн грязей.

На сегодняшний день сеть санаторно-курортных и оздоровительных организаций республики, прошедших государственную аттестацию, представлена 368 организациями на 72,0 тыс. мест, из них 109 санаторно-курортных организаций (на 25,2 тыс. койко-мест и 1,5 тыс. мест амбулаторного приема) и 259 оздоровительных организаций (на 46,8 тыс. койко-мест и 0,6 тыс. мест амбулаторного приема).

Санаторно-курортные организации:

- 70 санаториев на 17,9 тыс. стационарных койко-мест и 0,4 тыс. мест амбулаторного приема;
- 10 детских санаториев на 2,5 тыс. койко-мест;
- 13 детских реабилитационно-оздоровительных центров на 4,5 тыс. койко-мест;
- 16 студенческих санаториев-профилакториев на 0,3 тыс. стационарных койко-мест и 1,1 тыс. мест амбулаторного приема.

Оздоровительные организации:

- 3 профилактория на 0,3 тыс. койко-мест;
- 25 оздоровительных центров (комплексов) на 4,0 тыс. койко-мест;
- 189 оздоровительных лагерей на 37,0 тыс. койко-мест;
- 42 иные оздоровительные организации (базы и дома отдыха, пансионаты, иные организации, одним из видов деятельности которых является оздоровление населения) на 5,5 тыс. койко-мест и 0,6 тыс. мест амбулаторного приема.

Наиболее крупными санаторно-курортными объединениями являются:

- ЧП «Белпрофсоюзкурорт» – 12 санаториев (санатории для взрослых – «Буг», «Летцы», «Лесные озера», «Приднепровский», «Ченки», «Санаторий имени В.И. Ленина», «Криница», «Нарочь», «Нарочанский берег»; детские санатории «Неман-72», «Свислочь»; санаторий «Белорусочка» – для родителей с детьми);
- ОАО «Белагроздравница» – 8 санаториев (санатории для взрослых – «Радон», «Поречье», «Сосновый Бор», «Рассвет-Любань»; детские санатории – «Росинка», «Налибокская пуца», «Случь», «Солнышко»).

Управление делами Президента Республики Беларусь объединяет 9 санаториев, расположенных как в Беларуси («Сосны», «Боровое», «Приозерный», «Юность»), так и за ее пределами («Белая Русь», Туапсе; «Беларусь», Сочи; «Белоруссия», Ялта; «Белоруссия», Юрмала; «Беларусь», Друскининкай).

Ряд отраслевых министерств и ведомств (Минпром, Минтранс, Минэнерго, Минстройархитектуры, Минтруда и соцзащиты, концерн «Белнефтехим», Национальный банк и другие) также располагают современными санаторно-курортными и оздоровительными организациями.

Сложившая сеть санаторно-курортных организаций республики отличается устойчивой динамикой развития. Укрепляется материально-техническая база курортов, санаторно-курортных организаций. В течение 2011 года на эти цели выделено 205,6 млрд. рублей (в 2010 году – 129,7 млрд. рублей, в 2009 году – 119,3 млрд. рублей, в 2008 – 99,5 млрд. рублей, в 2007 – 33,8 млрд. рублей), в том числе 175,4 млрд. рублей из средств собственников (85,3 %).

Развивается и совершенствуется и лечебная база санаторно-курортных организаций, где наряду с широким использованием местных богатых лечебно-курортных ресурсов применяются новейшие физиотерапевтические методы. Ведется постоянное обновление медицинского оборудования и методик бальнеологического, климатического и грязевого лечения.

Реализацию государственной политики в области санаторно-курортного лечения и оздоровления населения в Республике Беларусь осуществляет Республиканский центр по оздоровлению и санаторно-курортному лечению населения во взаимодействии с республиканскими органами государственного управления, местными исполнительными и распорядительными органами, Федерацией профсоюзов Беларуси, собственниками санаторно-курортных и оздоровительных организаций.

По итогам 2011 года прошли санаторно-курортное лечение и оздоровление 1346,3 тыс. человек (в 2010 году – 1327 тыс. человек, в 2009 году – 1308,8 тыс. человек), из них за счет средств юридических и физических лиц – 520,9 тыс. человек, за счет средств республиканского бюджета, государственного социального страхования и республиканского субботника – 825,4 тыс. человек (в т.ч. 753,8 тыс. детей).

Приоритетными направлениями нашей работы является обеспечение 100-процентного охвата санаторно-курортным лечением детей, проживающих на загрязненных радионуклидами территориях, а также участников и инвалидов Великой Отечественной войны (имеющих медицинские показания для санаторно-курортного лечения).

В 2011 году обеспечено санаторно-курортным лечением и оздоровлением 99,4 тыс. детей, проживающих на загрязненных радионуклидами территориях республики (100,2 процента от плана).

Важнейшей задачей Центра является организация летнего оздоровления детей в оздоровительных лагерях.

При координирующей деятельности Центра путем тесного межведомственного взаимодействия министерств, ведомств, собственников оздоровительных лагерей и иных заинтересованных был обеспечен постоянный мониторинг хода летней оздоровительной кампании.

Охват оздоровлением детей в оздоровительных лагерях всех типов в период летней оздоровительной кампании ежегодно увеличивается и составил в 2011 году 37,1 процента (2010 г. – 36,9 процента, 2009 г. – 36,3 процента) от общего количества детей от 6 до 18 лет.

В период летней оздоровительной кампании 2011 года в лагерях всех типов оздоровлено 418,9 тыс. детей с использованием средств государственного социального страхования и республиканского бюджета, из них в оздоровительных лагерях с круглосуточным пребыванием – 195,4 тыс. детей, в оздоровительных лагерях с дневным пребыванием – 223,5 тыс. детей.

В оздоровительных лагерях республики за счет средств республиканского бюджета оздоровлено 4,8 тыс. детей, проживающих на территории радиоактивного загрязнения, и 0,2 тыс. детей военнослужащих.

Местными исполнительными и распорядительными органами направлены финансовые средства на доплату до полной стоимости путевок для детей-сирот, детей, оставшихся без попечения родителей, детей-инвалидов. Принятые меры позволили бесплатно оздоровить 15,1 тыс. детей-сирот (111,9 % от плана) и 3,9 тыс. детей-инвалидов (118,2 % от плана).

Для выполнения объемов оздоровления в период летней оздоровительной кампании функционировало 5406 оздоровительных лагерей, из них 1607 – с круглосуточным пребыванием (в том числе 180 стационарных лагерей), 3799 – с дневным пребыванием.

Оздоровление детей в оздоровительных лагерях осуществлялось и в период весенних, осенних и зимних каникул, оздоровлено 209,6 тыс. школьников.

Всего в течение 2011 года в оздоровительных лагерях республики оздоровлено 628,5 тыс. детей.

Важнейшим направлением совместной деятельности в рамках Союзного государства является организация санаторно-курортного лечения инвалидов и участников Великой Отечественной войны, а также санаторно-курортного лечения и оздоровления детей из районов Беларуси и России, наиболее пострадавших от катастрофы на Чернобыльской АЭС.

Постоянным Комитетом Союзного государства в феврале 2011 года был проведен открытый конкурс по закупке услуг на санаторно-курортное лечение за счет средств бюджета Союзного государства.

Для инвалидов и ветеранов Великой Отечественной войны Беларуси по итогам 2011 года за счет средств бюджета Союзного государства было приобретено 306 путевок.

По итогам конкурса победителями стали белорусские санаторно-курортные организации «Сосновый бор», «Поречье», «Журавушка» для лечения инвалидов и ветеранов Великой Отечественной войны и две российские здравницы СОЦ «Карачарово» (Тульская обл.) и «Переделкино».

Для оздоровления детей из районов Беларуси, пострадавших от аварии на ЧАЭС, в 2011 году было приобретено 542 путевки.

Победителями конкурса стали белорусские детские санатории «Налибокская пуша», «Случь», ДРОЦ «Жемчужина». Одновременно оздоровление белорусских детей осуществлялось в здравницах Российской Федерации, таких как СОК «Золотой колос», ПО «Шахтинский текстильщик».

В рамках гуманитарного сотрудничества с зарубежными общественными организациями в 2011 г. оздоровлено 2,1 тыс. детей на территории республики и 26,8 тыс. детей в 13 странах мира.

Сохраняется положительная тенденция роста доходов от реализации услуг юридическим и физическим лицам. В 2011 году выручка от реализации услуг юридическим и физическим лицам санаторно-курортными и оздоровительными организациями составила 839,9 млрд рублей, что на 79,7 процента выше уровня прошлого года (в 2010 году – 467,5 млрд рублей). Количество оздоровленных при этом увеличилось на 25,5 тыс. человек и достигло 520,9 тыс. человек (в 2010 году – 495,4 тыс. человек).

Реализация комплекса мероприятий по привлечению иностранных граждан на санаторно-курортное лечение и оздоровление в Республику Беларусь, внедрение новых форм обслуживания населения и повышение конкурентоспособности предоставляемых услуг позволили добиться значительных успехов по увеличению объема экспорта услуг.

По итогам 2011 года реализация услуг гражданам стран ближнего и дальнего зарубежья увеличилась по сравнению с аналогичным периодом прошлого года на 98,4 процента и составила 447,9 млрд рублей (225,8 млрд. рублей).

В период с января по декабрь текущего года прошли санаторно-курортное лечение и оздоровление в здравницах республики 193,5 тыс. граждан стран ближнего и дальнего зарубежья, что на 15,5 тыс. человек больше, чем в 2010 году (178,0 тыс. человек).

В 2011 году сохранился высокий темп роста объема доходов от реализации дополнительных платных услуг. В 2011 году санаторно-курортными и оздоровительными организациями Республики Беларусь реализовано дополнительных платных услуг, не входящих в стоимость путевки, на сумму 102,4 млрд рублей (в 2010 году – 56,0 млрд рублей), темп роста – 182,9 процента. Из них медицинских – на сумму 55,0 млрд рублей, в 2010 году – 27,1 млрд рублей, темп роста составил 203,0 процента.

Более 46 процентов дополнительных платных услуг, не входящих в стоимость путевки, были реализованы гражданам стран ближнего и дальнего зарубежья.

По поручению Совета Министров Республики Беларусь Центром разрабатываются проекты нормативных актов по совершенствованию санаторно-курортного лечения и оздоровления граждан.

В 2011 году Центр принимал участие в разработке по внесению изменений и дополнений в три указа Президента Республики Беларусь, в пять постановлений Совета Министров Республики Беларусь, согласовано 87 проектов нормативных правовых актов, разработанных другими организациями.

Продолжена работа по подготовке и повышению квалификации работников санаторно-курортных и оздоровительных организаций, которая проводится дифференцированно в учреждениях Минздрава, Минобразования, Минторга, Минкультуры, Минспорта и координируется Центром.

В 2011 году прошли подготовку и повысили квалификацию 941 работник санаторно-курортных организаций, в том числе: 94 руководителя и работника аппарата управления санаторно-курортных организаций, 181 врач, 370 работников среднего и фармацевтического медперсонала, 51 педагог, 121 работник пищеблока, 17 физкультурных и культработников, других работников – 107.

Таким образом, Республика Беларусь располагает всем необходимым, чтобы обеспечить эффективное лечение, реабилитацию и полноценный отдых не только детского и взрослого населения страны, но и зарубежных гостей. Географическое расположение Республики Беларусь, развитая сеть коммуникационных сообщений, высокое качество продуктов питания, широкий спектр природных лечебных факторов, современная лечебная база санаторно-курортных организаций, безопасность жизнедеятельности – все это позволило создать в республике современную, конкурентоспособную сферу санаторно-курортного лечения и оздоровления.

Важнейшими принципами организации санаторно-курортной помощи в республике является ее доступность, социальная гарантированность, плановость, высокая эффективность и преимущественное применение природных лечебных факторов, которыми богата наша республика. Соблюдение этих принципов обеспечивает рациональное и эффективное использование санаторно-курортного потенциала республики в интересах здоровья ее населения и гостей республики.

О МИРОВОЗЗРЕНЧЕСКОМ АСПЕКТЕ ТУРИСТИЧЕСКОЙ ПРИВЛЕКАТЕЛЬНОСТИ БЕЛАРУСИ

В.Н. Новиков, д-р филос. наук, доцент,

И.В. Воробьева, канд. культурологии, доцент,

Институт туризма Белорусского государственного университета физической культуры,
Республика Беларусь

В современном туроперейтинге принято выделять следующие факторы, влияющие на туристическую привлекательность региона: инфраструктура; природная красота и климат; центры коммерции и шопинга; отношение к туристам; спортивные и рекреационные объекты; уровень цен; доступность региона; культурные и социальные характеристики, под которыми подразумеваются прежде всего объекты архитектуры, изобразительного искусства, музыка, народные промыслы, история, традиции, национальная кухня и т. д. [1].

В данной статье объектом исследования выступает туристическая привлекательность Беларуси, а предметом – мировоззренческий аспект, который и оказывает непосредственное влияние на культурные и социальные характеристики региона. Следует отметить, что мировоззрение народа – истинное или искаженное – во многом определяет цели и, соответственно, результаты социально-экономического развития страны, государства. Если система мировоззренческих ценностей основана на таких базисных добродетелях, как желание жить в мире и согласии, уважение к труду, приоритет духовно-нравственных начал и т. п., то страна сеет и убирает хлеб, производит тракторы и автомобили, взаимовыгодно и на равных торгует с соседями, проводит миролюбивую внешнюю политику.

Мировоззрение – система взглядов на окружающий мир и место человека в нем, на отношение человека к объективной реальности и самому себе, а также обусловленные этими взглядами основные жизненные позиции людей, их убеждения, идеалы, принципы познания и деятельности, ценностные ориентации. Формирование мировоззрения различных этносов происходило в глубокой древности.

Ведя речь о формировании этноса белорусов и их мировоззрении, прежде всего необходимо внести некоторую терминологическую ясность. Понятие «белорус» появляется после первого раздела Речи Посполитой при Екатерине II. Поэтому российское понятие «белорус» имело чисто религиозный характер и означало фактически «новорус», т. е. не русского (московского) человека, а человека, который предал свою веру и принял веру Москвы. В Великом княжестве Литовском такого понятия не существовало.

Само формирование Великого княжества Литовского связано с событиями 1243 года – массового исхода пруссов (носителей арийского сознания), гонимых христианской инквизицией. По свидетельствам историков, в земли Западной Беларуси с 1200 по 1340 годы бежали от немецко-польской экспансии около 100 тысяч чело-

век из Пруссии и до 150 тысяч – из Полабья и Поморья. ВКЛ стало своеобразными «Соединенными Штатами» для всех мигрантов – носителей древнейшего арийского, или, как его позже назовут христиане, языческого сознания [2]. Видимо, отсюда и берет свое начало традиционная белорусская толерантность. Тевтонский орден ведь был создан для борьбы с язычниками, который был успешно разбит в 1410 году войсками ВКЛ. Историки не очень хотят поднимать и рассматривать эти вопросы в связи с тем, что это своеобразный нонсенс – в Средневековье в центре Европы смогло сформироваться, развиваться и противостоять долгое время насаждению христианства Великое княжество Литовское, мировоззренческой основой которого было язычество.

Языческие культы для белорусов во все времена сохраняли свою значимость, более того, в XX веке можно наблюдать такое явление, как соединение языческих и христианских элементов религии белорусской нации. Например, выделение даже на государственном уровне таких языческих, но ставших христианскими с большой оговоркой со стороны православной церкви, праздников, как Радуница, Деды, Дожинки, купальская ночь и другие.

В целом языческая религия белорусов представляла собой две ветви: поклонение природе и культ предков. В культе предков главными были бог Род – дух предков, покровитель дома и семьи, и Рожаницы – женские божества, покровительницы рода, домашнего очага, а также бог Чур – покровитель домов. В связи с этим культом на белорусских землях сохранились такие памятники материальной культуры, как курганы – своеобразные святилища, где хоронили предков. По сей день у белорусов сохранилась традиция поминать предков на кладбищах, оставляя там яства с поминального стола. В то время как по христианским обычаям это поминание должно происходить в церкви, сугубо на духовном, а не материальном уровне.

С самых далеких времен огромное значение белорусы придавали Природе. Во главе языческого пантеона богов стоял бог неба Сварог. Ступенькой ниже располагались Ярило, который олицетворял весну, пробуждение природы; Купала – бог плодородного лета, Волос (Велес) – покровитель скота и скотоводов, Перун – покровитель грома и молнии. Низшую ступень этой божественной иерархии составляли ветры, русалки, домовые, водяные и т. д. Таким образом, природа, окружавшая древних белорусов, была наполнена живыми существами. В то время возникло множество обрядов, связанных с различными моментами календарного и сельскохозяйственного цикла: прилет птиц, вызывание весны, Юрьев день, купальская ночь, дожинки, праздник бога урожая – богача, и другие, многие из которых сохранили свою актуальность по сей день. Кумиры языческого пантеона представляли собой скульптурные изображения из дерева, бронзы, глины и камня. Идолам поклонялись и приносили жертвы в культовых сооружениях – капищах.

Все последующее творчество белорусов было связано со своеобразным одухотворением природы, т. е. на ментальном уровне тесная связь человека и природы в рамках белорусской национальной культуры продолжает ощущаться по сей день. В многочисленных белорусских легендах, песнях, сказках, преданиях чувствуется необычная «погруженность» белорусов в природу, ее непосредственное влияние на жизнь человека. Природа стала одним из действующих лиц художественных произведений белорусских авторов. Произведения Я. Коласа, Я. Купалы, В. Короткевича, И. Мележа и многих других невозможно себе представить без столь поэтичного, необыкновенно проникновенного описания родной природы. Читая роман И. Мележа «Люди на болоте», не один раз ловишь себя на мысли о том, что сам дышишь воздухом Полесья, ходишь по болотам, встречаешь рассвет. Белорусская литература по праву считается одной из немногих литератур в мире, наиболее поэтично и вместе с тем натуралистично передающих явления природы.

Одной из основных черт белорусского менталитета исследователи выделяют толерантность – терпимое и доброжелательное отношение к другим нациям, уважение иных мировоззрений и стилей мышления. Во все времена отличительной чертой белорусов, всегда впечатлявшей чужестранцев, являлась любовь и особое уважение к своему родному уголку. Я. Купала, Я. Колас, М. Богданович, М. Танк, П. Панченко и многие другие белорусские поэты и писатели практически в каждом своем поэтическом или прозаическом произведении обращались к природе и родному месту (бацькаўшчыне), которые давали силы, способствовали становлению как поэтической личности, так и творческого таланта.

«Ясны твар вясны» видит Я. Купала в облике «бацькаўшчыны» (стихотворение «Маладая Беларусь»). Она для него и речка «з плытнікам Неман», и «пушчы Белавежскай гоман», и «праталіны вольнага прадвесня».

Действительно, как отмечалось в литературе, белорусу была противной даже сама мысль о том, чтобы распрощаться с родными местами. Истории белорусов незнакомы массовые переселения, миграции даже в самые неблагоприятные времена для своего народа.

Как отмечает Ю.В. Чернявская в своей книге «Народная культура и национальные традиции», белорусской ментальности свойственна склонность не к безграничью, как в российском восприятии (вспомним русские песни – «Степь да степь кругом», «Широка страна моя родная»), а, наоборот, к локализации места жительства, к своеобразному психологическому изоляционизму: «У родным краю, як у раю», «Дарагая тая хатка, дзе радзіла мяне матка», «Усякаму міла свая старана». Связано это с тем, что жители Беларуси под влиянием, прежде всего, природно-географических факторов должны были расселяться небольшими, компактными общностями. Болотистая, лесистая, малоурожайная земля Беларуси принуждала живущий на ней народ

разбиваться на малые группы. Именно данный фактор повлиял на то, что белорусские селения издревна были малочисленными (5–10 домов), в каждом дворе был свой колодец, баня. Эти постройки на белорусских землях не носили коллективного характера. И в то же время родная земля во все времена давала и силы, и настроение, и энергию. Именно природа одарила белорусов мягким и чувственным характером. При этом необходимо отметить, что подобное обращение к родным местам возможно лишь на родном языке, который также играет немаловажную роль в формировании менталитета народа.

Биологическое разнообразие в Беларуси имеет большую национальную и международную значимость, что определяется географическим положением нашей страны на стыке западноевропейской и восточноевропейской зон, существуют различные уникальные экосистемы, в которых сохраняется ценнейший генетический фонд. Растительный мир Беларуси включает до 11,5 тыс. видов, среди них около 1700 видов высших сосудистых растений, более 450 мохообразных, 460 – лишайников, 2200 видов, разновидностей и форм водорослей; насчитывается также свыше 700 видов грибов. Многие виды в составе местной флоры перспективны в хозяйственном использовании и составляют часть природных ресурсов. Наибольшее значение имеют лекарственные и эфиромасличные, пищевые (ягодные, плодовые), технические и декоративные, а также кормовые растения. Показателем биологического разнообразия животного мира Беларуси служит наличие в его составе 457 видов позвоночных, в том числе 73 вида млекопитающих и более 20 тыс. видов беспозвоночных. К охотничье-промысловым животным относятся 22 вида млекопитающих, 31 вид птиц, более 10 видов промысловых рыб, виноградная улитка. Из млекопитающих наибольшее ресурсное значение имеют лось, кабан, зайцы (русак и беляк), бобр, белка, волк и лисица. Численность охотничьих животных по данным 1998 г. составила: 14,97 тыс. лосей; 6,03 тыс. оленей; 45,01 тыс. косулей; 30,56 тыс. диких кабанов; 241,10 тыс. зайцев; 127,25 тыс. белок; 38,0 тыс. лисиц; 2,46 тыс. волков; в значительном количестве представлены куница, норка, бобр, ондатра, глухарь, тетерев.

Заповедники являются исключительно природоохранными научно-исследовательскими учреждениями государственного значения, которые выполняют следующие задачи: сохранение в натуральном состоянии природного комплекса, входящего в состав заповедника; проведение научных исследований; организация мониторинга окружающей среды; содействие в подготовке научных кадров и специалистов в области охраны природы; популяризация природоохранных взглядов и дела охраны природы. В настоящее время функционируют Березинский биосферный и Полесский радиационно-экологический заповедники; общая площадь – 296,4 тыс. га.

Национальные парки – это комплексные природоохранно-хозяйственные и научно-исследовательские учреждения, задачами которых являются: сохранение эталонных и уникальных природных комплексов и объектов природы; организация экологического просвещения и воспитания населения; проведение научных исследований; организация рекреационной деятельности; ведение комплексного хозяйства и некоторые другие. Таким образом, национальный парк создается с целью охраны уникальных, особо типичных и ценных природных комплексов и объектов, культурных ландшафтов, памятников истории и культуры, а также обеспечения условий приоритетного развития отдыха и туризма. На территории Беларуси созданы четыре национальных парка: Беловежская пуща (преобразован из государственного заповедно-охотничьего хозяйства), Припятский (преобразован из ландшафтно-гидрологического заповедника), Браславские озера и Нарочанский; общая площадь – 334,0 тыс. га.

Заказники определены как территории, выделенные с целью сохранения и восстановления одного или нескольких видов природных ресурсов и поддержания общего экологического баланса. В зависимости от предназначения заказники подразделяются на ландшафтные, или комплексные, определенные для сохранения и восстановления особо ценных природных ландшафтов и комплексов; биологические (ботанические, зоологические); палеонтологические (сохранение отдельных ископаемых объектов и их комплексов); гидрологические (болотные, озерные, лесные). Хозяйственная деятельность в заказниках осуществляется в такой форме, которая не наносит ущерба охраняемому объекту. Сеть заказников государственного значения представлена 11 ландшафтными (62 тыс. га), 17 гидрологическими (108,0 тыс. га) и 54 биологическими (424,3 тыс. га). Ее дополняют заказники местного значения – 29 ландшафтных (50,2 тыс. га), 21 гидрологический (36,2 тыс. га), 71 биологический (201,5 тыс. га) и 405 геологических (108,7 тыс. га).

Таким образом, природный компонент является доминирующим в мировосприятии белорусов, что сказывается и на туристической привлекательности страны. Большое количество ценных природных ландшафтов, разнообразных заповедных территорий и национальных парков, а также богатый и разнообразный растительный и животный мир Беларуси особенно привлекательны для туристов индустриально развитых западного мира, которые могут приехать в нашу страну и в полной мере насладиться ее красотами, природными объектами и явлениями.

1. Байнев, В.Ф. Мировоззрение народа как стратегический экономический ресурс, фактор глобальной конкурентоспособности и устойчивого развития / В.Ф. Байнев // Новая экономика. – 2010. – №1. – С. 4–9.

2. Деружинский, В.В. Тайны белорусской истории / В.В. Деружинский. – Минск, 2011. – 560 с.

К ВОПРОСУ ОБ ЭКОНОМИЧЕСКОЙ ЭФФЕКТИВНОСТИ РЕЛИГИОЗНОГО ТУРИЗМА В РЕСПУБЛИКЕ БЕЛАРУСЬ

А.А. Сорока, И.А. Черкасов, канд. филос. наук,

Институт туризма Белорусского государственного университета физической культуры»,
Республика Беларусь

Необходимость комплексного научного исследования проблемы развития религиозного туризма в Республике Беларусь и проблемы повышения его экономической эффективности очевидна.

Во-первых, во многих странах туризм играет значительную роль в формировании внутреннего валового продукта, создании дополнительных рабочих мест и обеспечении занятости населения, активизации внешне-торгового баланса.

Во-вторых, эксперты UNWTO выделяют религиозный туризм как одно из самых перспективных направлений туризма XXI века.

В-третьих, Национальной стратегией устойчивого социально-экономического развития Республики Беларусь на период до 2020 года предусмотрено вывести туризм в высокодоходную отрасль экономики страны, преодолеть отрицательное сальдо в торговле туристскими услугами, внедрить современные технологии развития туризма [1]. Посредством туризма Беларусь должна стать узнаваемым государством в самых отдаленных уголках земного шара. И немаловажная роль в реализации этих проектов должна принадлежать религиозному туризму.

Святыни Белорусской православной церкви могут достойно представлять Республику Беларусь на международном туристическом рынке. В свою очередь, средства туризма и гостеприимства могут послужить строительству и восстановлению православных монастырей и храмов. Еще один важный аспект выбранной темы – возрождение культуры и духовности славянских народов.

Существует несколько концепций определения религиозного туризма. Главной проблемой его определения является соотнесение с паломничеством, так как очень часто в настоящее время эти явления объединяют.

В мировой практике и теории существуют различные подходы к определению и содержанию религиозного туризма. Некоторые российские эксперты (А. Бабкин, А. Александрова, Т. Христов), придерживаются точки зрения, что внутри религиозного туризма существуют два направления: паломническое и познавательно-экскурсионное.

Их подход базируется на экономических показателях. Естественно, и в религиозном туризме, и в паломничестве существуют расходы участников на транспорт, размещение и питание, но это обстоятельство не может быть рассмотрено как критерий возможности для их определения.

При рассмотрении различия между религиозным туризмом и паломничеством основным является определение целей, во имя которых совершает свое путешествие паломник и свою поездку турист. Главное в паломничестве – это молитва, богослужение и религиозное поклонение святыням. Православное паломничество – часть религиозной жизни верующего человека. Призывая своих верующих к совершению паломничества, православная церковь с уважением относится к туристам, посещающим христианские святыни. Церковь считает религиозный туризм важным средством духовного просвещения наших современников. Главное в религиозном туризме – это знакомство с историей святых мест, жизнью святых людей, церковной архитектурой и искусством. Обо всем этом турист узнает во время экскурсии, которая является для него самым главным элементом поездки с точки зрения получения информации, плюс личные впечатления от увиденного на объекте показа. Здесь уместно заметить, что экскурсия может быть также частью и паломничества, но не главной и не обязательной, а только вспомогательной.

Религиозный туризм в XXI веке присутствует практически в каждом сегменте туристского бизнеса. Эксперты UNWTO подразделяют религиозный туризм на следующие составляющие:

- путешествия в религиозные дестинации,
- поездки на религиозные собрания и события,
- путешествия с миссионерскими и/или гуманитарными целями,
- поездки религиозных единомышленников [2].

Следовательно, с точки зрения человеческой деятельности паломничество и религиозный туризм существенно различаются. Религиозный туризм является социально-экономической деятельностью, а паломничество – религиозной. Поэтому знака равенства между этими видами деятельности ставить нельзя.

Таким образом, несмотря на то, что существуют различные мнения по поводу разделения религиозного туризма, очевидно, что имеют место существенные отличия между паломническим и религиозным туризмом, что является важным в определении направленности туристической деятельности религиозных учреждений, а также при организации туров и пакетов туристических услуг. В настоящее время происходит дифференциация религиозного туризма. Он уже вышел за рамки стандартных представлений о религиозном путешествии – паломническом или экскурсионно-познавательном. Это позволяет увеличить экономический потенциал и, в свою очередь, экономическую эффективность данного туристического направления.

В статистике, публикуемой UNWTO, учитываются международные прибытия и поступления, но не учитываются показатели внутреннего туризма. По итогам 2009 года, на поездки на отдых и рекреацию приходилось чуть более половины всех международных туристских прибытий – 51 %. Около 15 % иностранных туристов принимали участие в путешествиях с деловыми и профессиональными целями. 27 % – религиозные туры и паломничество, посещение друзей и родственников, медицинское обслуживание. Цель визита для остальных 7 % прибытий не уточняется. Данная статистика в процентном соотношении остается стабильной на протяжении нескольких последних лет [3].

Мировой рынок религиозного туризма на 2009 год оценивается в 18 млрд долларов в год (2 % от всех поступлений в туризме), из которых 4,5 млрд получает только одна Италия, где сосредоточены многие христианские святыни. Ежегодное количество туристов и паломников составляет 300–330 миллионов [3].

Из приведенной выше статистики очевидно, что лидирующее место в видах туризма стабильно занимает отдых и рекреация, однако совершенно справедливо будет утверждение о том, что религиозный туризм в настоящее время является одним из самых бурно развивающихся видов туризма в мире. Таким образом, если объединить эти два лидирующих вида путешествий, можно создать туристическую дестинацию, способную привлечь около 78 % туристов.

Религиозный туризм, являясь разновидностью познавательного туризма, приносит экономическую выгоду местному населению, государственным структурам и частным предприятиям (не только туристским), оказывает поддержку религиозным общинам и организациям. Экономические показатели и критерии оценки эффективности религиозного туризма оцениваются по той же методике, как и при организации обычных массовых туристских поездок. С экономической точки зрения, религиозный туризм – это производство и реализация на рынке туристских услуг товаров специфического характера.

Экономический потенциал религиозного туризма, в первую очередь, заключается в условиях его развития и имеющихся ресурсах. Условия – это возможности и предпосылки для благоприятного развития этого вида туризма. Можно привести следующий состав условий: природа, история, население, культура, экономика и политика. Выделяется пять основных типов туристских ресурсов: природно-рекреационные, экскурсионные, экономические, инфраструктура и информационные. Каждый из этих типов включает также группы, виды и разновидности.

Рассмотрим условия и ресурсы для развития религиозного туризма в Республике Беларусь:

История и культура: На сегодняшний день в Беларуси действует 1175 православных церквей, 6 мечетей, 8 синагог, 439 костелов. Из них к религиозным памятникам относятся 484 православные и 5 старообрядческих церквей, 194 костела, 1 синагога, 1 мечеть. Всего в республике зарегистрировано 2063 действующих культовых зданий религиозных общин и 245 строятся. Из них к памятникам относятся 686 зданий [4].

Природа: Территория Беларуси находится в пределах Восточно-Европейской равнины, в лесной зоне, на стыке таежной и широколиственной областей. Географическое положение республики, исторические и климатические факторы обусловили формирование на ее территории большого разнообразия природных ландшафтов. Здесь насчитывается около 10000 озер, более 9000 болот, 20800 рек и ручьев, имеются различные типы почв и растительных сообществ.

Беларусь – лесная страна, почти 40 % ее территории заняты лесами. Лесной фонд республики составляет более 9,4 млн гектаров. По ряду показателей, характеризующих лесосырьевые ресурсы, Беларусь входит в десятку ведущих лесных государств Европы. Площадь особо охраняемых природных территорий и особо защитных участков – почти 2,3 млн гектаров или 24,2 % от общей площади лесного фонда [5].

Население и религия: Республика Беларусь – поликонфессиональная страна. В настоящее время в Беларуси существует 26 конфессий (среди них 15 – протестантские). Наиболее многочисленные из них – православная (1224 общины), католическая (432 общины), христиан веры евангельской (491 община), евангельских христиан-баптистов (270 общин). В стране проживают также старообрядцы (35 общин), мусульмане (27 общин), иудеи (25 общин), Греко-католики (14 общин), лютеране (17 общин), мормоны, кришнаиты и представители других религиозных конфессий. 50 % населения страны считает себя верующими, из них: 80% относят себя к православным, 14 % – к католикам, 2 % – к протестантам. Это говорит о толерантности белорусского народа к разным вероисповеданиям [6].

Рассмотренные выше условия и ресурсы создают благоприятный климат для создания религиозно-рекреационных зон в Республике Беларусь, что будет способствовать развитию религиозного туризма в нашей стране.

Однако есть и негативные факторы. К ним относится инфраструктура и информационные ресурсы. При монастырях существуют гостинные двory, но они, как правило, создаются для паломников, т. е. с небольшим количеством мест и минимальными удобствами. Но турист отличается от паломника – им движет не духовный подвиг, а любопытство. Также низкий уровень разработанности религиозно-экскурсионных маршрутов и отсутствие информированности населения способствует слабому развитию внутреннего и въездного религиозного туризма.

Таким образом, можно сделать вывод о существовании объективных условий для увеличения экономической эффективности религиозного туризма в Республике Беларусь. Для этого необходимо объединить усилия религиозных организаций, государственных органов и крупных меценатов, которые жертвуют большие средства на строительство монастырей и храмов на территории нашей страны.

1. Национальная стратегия устойчивого социально-экономического развития Республики Беларусь на период до 2020 года / Национальная комиссия по устойчивому развитию Республики Беларусь. – Минск.: Юнипак, 2004.
2. Аналитический обзор: Современное состояние религиозного туризма и его социальная роль в России и за рубежом / Международная туристская академия. – М, 2010.
3. Отчет Всемирной Туристской Организации (Tourism Highlights - 2010) / UNWTO, 2010.
4. Газета «7 Дней» «На Беларуси Бог живет...» / 14.06.2007.
5. Официальный сайт Республики Беларусь [Электронный ресурс] / <http://www.belarus.by/ru/about-belarus/natural-history>, «Природа Беларуси». – Дата доступа: 28.02.2012.
6. Официальный сайт национального туроператора «Белинтурист» [Электронный ресурс] / http://www.belintourist.by/rus/learn_about_belarus/religion_belarus/, «Религии Беларуси». – Дата доступа: 28.02.2012.

МИГРАЦИОННЫЕ ПРОЦЕССЫ КАК ФАКТОР РАЗВИТИЯ НОСТАЛЬГИЧЕСКОГО ТУРИЗМА

И.В. Филипович, канд. пед. наук, доцент, Е.А. Михеева,

Институт туризма Белорусского государственного университета физической культуры,
Республика Беларусь

На территории Беларуси постоянно происходили и происходят миграционные процессы, которые отличаются относительной стабильностью, протекают непрерывно и затрагивают многие стороны социально-экономической жизни. Наша страна – многоконфессиональное государство, на территории которого проживает 9,5 млн. человек, и из них 30 тыс. – евреи. Современный национальный состав Беларуси, как, впрочем, и во всем мире, был создан миграционными потоками людей, обусловленными торговлей, процессами объединения народов, их враждой, распадом и объединением государств. Миграция населения выступала в формах работорговли, кочевничества, военных и колониальных переселений, позже – в форме поиска работы, убежища. Население Беларуси всегда было включено в процессы добровольной и вынужденной миграции во всех видах и формах. На протяжении всей истории страны миграция определялась конкретными факторами, выполняла определенную роль и по-разному регулировалась на правовом уровне [1].

Этнический состав Беларуси менялся постоянно, но две основные группы все время присутствовали в этом пестром калейдоскопе – этнические белорусы и евреи. Так, например, в местечках еврейское население Беларуси в XIX–XX веках численно доминировало (до 70–80 %) над представителями других этнических групп и конфессий. Все преобразования прямо или косвенно отражались на демографических характеристиках различных этнических групп. Не составила исключения и еврейская диаспора Беларуси, существовавшая с начала XIV века. В ее многовековой истории хватало драматических событий – достаточно вспомнить погромы времен Б. Хмельницкого, а также потери белорусских евреев в ходе бесконечных военных действий в XVII–XVIII веках.

Впервые в архивных записях 1412 года упоминается несколько еврейских семей в г. Брест-Литовск (Бриск, Брест) [2]. Позднее – в XVI веке гонения инквизиции на евреев в Европе заставили множество семей искать пристанище в другом месте, и местом их родного дома стала Беларусь, входившая в то время в состав Великого княжества Литовского. Однако уже тогда Беларусь была вовлечена не только в иммиграционные, но и в эмиграционные процессы. С этого момента начался период, который был назван «ранней эмиграцией из белорусских земель» (XV–XVI вв.) – были созданы правовые основы для выезда свободных людей за границу. Сотни молодых белорусов учились в университетах Западной и Центральной Европы и свободно возвращались обратно. Но многие и оставались в других странах.

После включения Беларуси в состав Российской империи в результате разделов Речи Посполитой на передний план вышли политические причины эмиграции. Страх перед репрессиями со стороны царского правительства вынуждал покидать родину тысячи участников восстаний 1794, 1830–1831, 1863–1864 гг., сторонников Наполеона и восстановления ВКЛ во время русско-французской войны 1812 г. Часть из них включалась в революционное и освободительное движение в Европе и Америке (Тадеуш Костюшко, Валерий Врублевский, Николай Судзиловский и др.), другие содействовали развитию культуры и науки стран своего нового проживания, не забывая одновременно о Беларуси (Игнатий Дамейко, Викентий Дмаховский, Наполеон Орда, Александр Рыпинский и др.) [3].

Согласно переписи 1897 года, в Беларуси проживало более 900 тысяч евреев – 21,1% еврейского населения черты оседлости Российской империи. При этом они являлись второй по значимости после титульной этнической группой на белорусских землях, опережая по количественным показателям и удельному весу даже традиционно многочисленную польскую диаспору [4].

Массовая экономическая эмиграция из белорусских земель охватывает рубеж XIX–XX вв. Эта волна трудовой эмиграции положила начало формированию белорусской диаспоры как процесса постоянного проживания значительной части белорусского народа за пределами своей родины. До начала первой мировой войны по экономическим причинам (безземелье, безработица) только в Сибирь из Беларуси переселилось более 700 тыс. чел. (преимущественно крестьяне), за границы России – 500–800 тыс. чел. (в основном в США, Канаду, Бразилию, Аргентину, страны Западной Европы) [5]. За границей белорусские переселенцы пополняли ряды неквалифицированных рабочих, обживали малозаселенные земли.

Вторая массовая волна белорусской эмиграции была вызвана Первой мировой войной, революционными событиями 1917 г., германской и польской оккупацией Беларуси [6]. Принудительные выселения, стихийные потоки беженцев стали приметой того времени. Всего с 1914 по 1918 год за пределами Беларуси оказалось около 2 млн ее жителей. Около 50 тыс. жителей Беларуси было вывезено в Германию на принудительные работы [7]. Миграционные процессы достигали весьма внушительных масштабов, особенно в южных и юго-восточных областях, начиная с весны 1920 года до конца 1921 года. Сотни, тысячи беженцев-евреев скапливались в Озаричах, Уречье, Мозыре, Бобруйске, Гомеле, Калинковичах, Минске [8].

Вторая мировая война вызвала третью, самую большую волну эмиграции из Беларуси. Приблизительные расчеты показывают, что из районов, захваченных до конца июня 1941 года, было эвакуировано всего около 11% евреев; из районов, оккупированных к середине июля 1941 года – 43–44 %, и, наконец, из восточной части республики спаслось около 63–64 %. После войны еврейская диаспора республики начала постепенно восстанавливаться. Преимущественно это происходило механическим путем, т. е. за счет возвращения эвакуированных, беженцев и переселенцев из других республик СССР, а не в результате естественного прироста [9].

На рубеже 40–50-х годов основная часть белорусских эмигрантов устроилась на постоянное место жительства в Северной и Южной Америке, а также в Австралии. В США и Канаде поселилось приблизительно по 50 тыс. иммигрантов белорусского происхождения. На протяжении 1960–1980-х годов происходило дальнейшее сокращение численности евреев Беларуси вследствие эмиграции, а также отрицательного баланса между рождаемостью и смертностью. В ходе массовой эмиграции 1989–1991 гг. еврейская диаспора уменьшилась более чем в два раза (а с 1989 по 1999 год – в 4 раза).

Современное же состояние еврейской диаспоры характеризуется такими чертами, как дисперсность и малочисленность. Сегодняшняя жизнь и деятельность иудейского населения Беларуси направлена не только на развитие современного государства, но и на восстановление, сохранение и развитие своей религии и культуры. Несмотря на разрушительные войны и нынешнюю малочисленность еврейской диаспоры, следует отметить растущий интерес к своей малой исторической родине со стороны евреев – выходцев из Беларуси, проживающих в различных странах мира. Этот интерес к истории рода подпитывается религией и бережно поддерживается стараниями местных религиозных служителей.

Синагоги составляют большую группу исторических культовых зданий Беларуси. Более того, они являются туристическим интересом, в большей степени – у тех туристов, которых сейчас принято относить к ностальгическим туристам. Самые величественные и уникальные синагоги всегда находились там, где были крупные общины и жизнь была ключом. Конечно же, это – древние крупные города, несущие в себе память многих веков. И одним из таких уникальных городов и по сей день остается город Гродно, который долгие годы был одним из главных центров польско-литовского еврейства, сохранил неповторимое своеобразие архитектуры, историческую застройку и старинную планировку улиц.

Гродненская синагога является старейшей действующей синагогой и одной из самых необычных и красивых синагог в Европе. Этот храм был построен в 1578 году. В то время раввином в городе был Мордехай Яффе, написавший книгу «Халеvuшим». Он заказал итальянскому архитектору Санти Гуччи проект здания. Но сильный пожар 1899 года нанес ущерб синагоге. Она была полностью восстановлена в 1902 году – на сохранившемся фундаменте деревянной синагоги. К ней были пристроены два крыла, что полностью изменило ее внешний облик [10].

Синагога была закрыта в 1940 году и передана еврейской общине лишь в 1994 г. На этой же улице сохранились еще две синагоги, в одной из которых находится зал бокса. Напомним, что в начале XX века в Гродно было 44 синагоги. Сейчас рассматриваемая нами синагога находится на очередном этапе реконструкции, как физической, так и духовной. Она используется для ежедневных служб, для праздничных собраний, занятий и встреч. История здания, его возраст и красота привлекают множество посетителей как еврейской, так и других национальностей из Беларуси и всего мира. Здание давно не ремонтировалось, не содержалось надлежащим образом – все это привело к тому, что фасад, да и само строение сильно пострадали и целиком нуждаются в восстановлении. К тому же там нет центрального отопления, и зимой очень холодно. В настоящее время в

здании для проведения служб используется любое уцелевшее место, но так как потребности в размерах помещений возрастают, то необходимость ремонта здания стала очевидной.

Главная синагога Гродно – памятник архитектуры XVI века, уникальнейшее сооружение на территории не только Беларуси, но и Европы в целом, претендент на включение в список всемирного культурного наследия ЮНЕСКО. Несмотря на финансовую помощь семьи Рор (США), поддержку международного фонда «Ор Авнер», организационные усилия раввина Гродно Ицхака Кофмана и участие в ее восстановлении членов гродненской общины, на сегодняшний день она лишь выведена из «критического» состояния.

Полагаем, что интерес к данной синагоге как историческому и культурному объекту может стать основой для развития ностальгического туризма евреев, покинувших Беларусь. Поводом для осуществления ностальгических туров также может послужить информация о людях, семьях, целых родах, хранящаяся в местных синагогах и представляющая интерес не только для мигрантов – выходцев из Беларуси, но прежде всего для их потомков, обретающих драгоценное наследие – память о дорогих людях и местах.

1. Центр международных исследований Белорусского государственного университета [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.centis.bsu.by>. – Дата доступа: 12.02.2011.
2. Евреи Беларуси [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.jewishbelarus.org/index.php?pid=&lang=ru> – Дата доступа: 12.02.2011.
3. Калубовіч, А. Крокі гісторыі: даследаванні, артыкулы, успаміны. Беласток–Вільня–Менск, 1993.
4. Lewis, R.A. Nationality and Population Change in Russia and the USSR. An Evaluation of Census Data 1897–1970 / R.A. Lewis, R.H. Rowland, R.S. Clem. – N.Y., Publishers Inc., 1976. – P. 240.
5. Энциклапедыя гісторыі Беларусі. Т. 3. – Мінск, 1996.
6. Энциклапедыя гісторыі Беларусі. Т. 1. – Мінск, 1993.
7. Иностранная военная интервенция в Беларуси 1917–1920 гг. – Минск, 1990.
8. Najnowsze dzieje zydow w Polsce w zaiysie (do 1950 roku) / Pod red. J. Tomaszewskiego. – Warszawa, 1993. – S. 116.
9. Dubson, K. On the Problem of the Evacuation Soviet Jews in 1941 (New Archival Sources) / K. Dubson // Jews in Eastern Europe. – Jerusalem, Winter 1999. – № 3(40). – P. 51, 52.
10. Чантурия, В.А. Архитектурные памятники Белоруссии / В.А. Чантурия. – Минск, 2007.

НАЦИОНАЛЬНЫЕ ПАРКИ, ЗАПОВЕДНИКИ РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ КАК ОБЪЕКТЫ РАЗМЕЩЕНИЯ ТУРИСТИЧЕСКИХ КОМПЛЕКСОВ

О.И. Фоменок,

Институт туризма Белорусского государственного университета физической культуры,
Республика Беларусь

Целью нашего исследования является изучение природного богатства Республики Беларусь, как объектов размещения туристических комплексов. Достижение выдвинутой цели обусловило необходимость решения следующей задачи: изучение разнообразия природного богатства национальных парков и заповедников на территории Беларуси.

Природа является одним из основных элементов создания туристических комплексов. В связи с этим рассмотрим природный потенциал Беларуси.

Неповторимые по своей красоте национальные парки «Беловежская пуща», «Браславские озера», «Припятский», «Нарочанский» и Березинский государственный биосферный заповедник – являются гордостью нашей республики.

1. Национальный парк «Беловежская пуща» расположен на территории Брестской и Гродненской областей. Беловежская пуща – это крупный лесной массив старовозрастного хвойно-широколиственного леса, представляющий исчезнувшие ландшафты прошлого с уникальными лесными насаждениями, которые сохранили многие черты девственных первобытных дремучих лесов [7, с. 191].

Беловежская пуща – это единственный крупный остаток реликтовых первобытных равнинных лесов, которые в доисторические времена произрастали на территории всей Европы.

Средний возраст лесов Беловежской пущи составляет более 100 лет. Отдельные участки леса достигают 250–350 лет. В пуще зарегистрировано более тысячи деревьев-великанов (400–600-летние дубы, 250–350-летние ясени и сосны, 200–250-летние ели).

Белорусский реликтовый лес сохранил свой дремучий первобытный облик и населен реликтовыми сообществами растений и животных. По числу видов живых организмов он не имеет себе равных на равнинах Европы. Здесь описано более 100 типов леса.

Здесь произрастает 930 видов высших сосудистых растений, 270 видов мохообразных, 570 – грибов, 140 – водорослей, 292 – лишайников. В Красную книгу РБ занесены 76 видов растений. Один из редчайших сохранившихся видов Беловежской пуши – пихта белая [8, с. 289].

Богатая и разнообразная растительность этого национального парка создает благоприятные условия для обитания многих видов диких животных, в том числе занесенных в Красную книгу Беларуси. В фаунистическом списке Беловежской пуши отмечено 59 видов млекопитающих, 227 видов птиц, 7 видов пресмыкающихся, 11 видов земноводных, 24 вида рыб и более 11 000 видов беспозвоночных животных. Особой ценностью Беловежской пуши и ее символом является беловежский зубр [4, с. 74].

Из крупных травоядных животных встречаются дикий кабан, благородный олень, косуля и лось. Среди хищников обычными являются волк, лиса, рысь, барсук, куница лесная, выдра и другие. Из птиц здесь живет множество редких и исчезающих видов – обитателей первичных лесов и ненарушенных болот: аист черный, журавль серый, подорлик малый, орлан-белохвост, змеяяд, сыч воробьиный, сыч мохноногий, филин, дятел белоспинный, дятел трехпалый, кедровка и многие другие. Кроме этого, здесь еще сохранились редкие виды, которые уже исчезли в польской части Беловежской пуши. Среди них – глухарь, подорлик большой, сизоворонка и камышевка вертячая. Беловежский лес населен уникальными сообществами беспозвоночных животных – обитателей мертвой и гнилой древесины, трутовых грибов и болот [4, с. 75].

Беловежская пуца является одним из наиболее ценных природоохранных объектов не только Беларуси, но и мира. За сохранность уникальной природы в 1992 году решением ЮНЕСКО Национальный парк «Беловежская пуца» первым на территории бывшего СССР был включен в список Всемирного природного наследия человечества. В 1993 году ЮНЕСКО присвоила Беловежской пуце статус биосферного заповедника, включив его в единую систему слежения за глобальными изменениями природной среды [6, с. 94].

Национальный парк является интересным объектом туризма, привлекающим ежегодно тысячи посетителей из ближнего и дальнего зарубежья. На территории парка работает музей природы. Для удобства экскурсантов, которые не ограничиваются осмотром музея и идут в глубь пуши, построены обширные вольеры, где можно увидеть легендарных зубров, лесных тарпанов, оленей, косуль и кабанов, понаблюдать за зверем в его естественной среде обитания, погрузившись в идиллию дикой природы. Беловежская пуца обладает особой притягательной силой для туристов, число которых растет из года в год.

Беловежская пуца является одним из национальных символов Беларуси, ее визитной карточкой. В результате изучения исторических источников установлено, что начало формирования заповедного режима в Беловежской пуце и ее использование в качестве заповедно-охотничьего хозяйства относится к 1409 году. В 2009 году исполнилось 600 лет со времени установления заповедного режима в Беловежской пуце. Эта дата была включена в календарь памятных дат ЮНЕСКО [2, с. 143].

2. Беларусь издавна называют озерным краем: в стране 11 тысяч озер и более 20 тысяч рек и ручьев. Драгоценнейшая из жемчужин в природной короне Беларуси – национальный парк «Браславские озера».

Национальный парк «Браславские озера» расположен в Браславском районе Витебской области. Центр национального парка – один из древнейших городов Беларуси – Браслав.

Уникальность этого края заключается в наличии чистейших озер, обрамленных живописными холмами, покрытыми сосновыми лесами. На северо-западе Белорусского Поозерья расположилась одна из красивейших озерных систем – Браславские озера, название которой дал город Браслав, расположенный в самом центре группы озер. Красоту и эстетическую ценность этому краю придает причудливое кружево из более чем 30 озер, соединенных между собой протоками, а также живописные холмы, покрытые лесом, отделяющие одно озеро от другого. Здесь часто сравнивают со Швейцарией или Финляндией, однако они абсолютно самобытны. Очарование краю придает постоянная смена ландшафтов – озера, холмы, леса и опять многочисленные озера.

Наибольшие по площади озера Дриваты, Снуды, Струсто, Войсо, Недрово, Неспиш лежат среди холмистого рельефа. Каждое из них отличается своими особенностями и неповторимостью. Эта группа и стала ядром национального парка «Браславские озера», который основан в августе 1995 г. [1, с. 56].

Водные экологические системы с разнообразной и нередко уникальной фауной – главное богатство Браславских озер. Озера Браславщины – это южная граница распространения реликтовых беспозвоночных, которые служат индикаторами чистой воды. В этих озерах разнообразна ихтиофауна. Здесь обитает 30 видов рыб, среди которых угорь, имеющий промысловое значение [1, с. 78].

Флора этого региона насчитывает свыше 700 видов высших растений. Из них около 30 видов включены в Красную книгу Республики Беларусь [7, с. 235].

На территории национального парка обитает более 30 видов млекопитающих: лось, кабан, косуля, куница, белка; из редких видов встречаются рысь, барсук, бурый медведь. Многочисленны птицы, представленные 189 гнездящимися видами, из них 40 видов (беркут, орлан-белохвост, скопа, серый журавль, черный аист, обыкновенный зимородок и др.) включены в Красную книгу Республики Беларусь. Из редких видов встречается черный аист, серый журавль, серебристая чайка, белая куропатка, чернозобик, уральская неяска и другие.

Озера Браславщины богаты разнообразной рыбой. Наиболее распространены щука, лещ, снеток, линь, ряпушка, особенно ценится угорь [7, с. 237].

Национальный парк «Браславские озера» является одним из популярных мест для отдыха. Туристическая база, базы отдыха национального парка, многочисленные сельские усадьбы в частном секторе, принимают гостей не только из республики, но и из-за рубежа – России, Германии, Франции, Италии, Голландии и других стран Европы.

Виды туризма и отдыха на территории парка имеются на любые вкусы. Водный туризм – это походы на лодках по цепочке крупных озер. Популярны велосипедный, автомобильный и, безусловно, пеший виды. В летнее время число туристов, посещающих места на Браславских озерах, достигает до шести тысяч в день [5, с. 87].

3. Национальный парк «Нарочанский» был создан в 1999 г. Он расположен на севере Минской области, преимущественно в Мядельском районе. Научный центр находится в курортном поселке Нарочь. Парк занимает площадь 94 тыс. га и включает заказник «Голубые озера» и др.

Особой ценностью НП является концентрация на его территории больших и малых водных экосистем, представленных реками и ручьями общей протяженностью около 80 км [4, с. 66].

По величине водосборной площади наибольшими реками являются реки Стронга и Сервечь. Наиболее зарегулированы озерами реки Нарочь и Мяделка.

Растительный мир на территории национального парка отражает типичную структуру подтаежных широколиственно-еловых лесов юго-запада Белорусского Поозерья. Во флоре региона насчитывается более 1500 различных растений, из них – около 900 видов высших растений. В Красную книгу Беларуси включены около 60 видов растений. В частности, здесь произрастают более 30 редких и исчезающих видов. Включенное в состав национального парка урочище «Голубые озера» имеет статус ключевой ботанической территории международного значения [3, с. 137].

Животный мир национального парка «Нарочанский» не менее богат, чем растительный: здесь обитает не менее 243 видов наземных позвоночных животных: 10 видов амфибий, 5 видов рептилий, не менее 179 видов гнездящихся и около 40 видов перелетных, зимующих, залетных птиц, 49 видов млекопитающих (лось, кабан, косуля, барсук, лиса, куница, волк, выдра и др.).

В водоемах этого национального парка обитает более 30 видов рыб, в том числе аборигенные: щука, окунь, лещ, ряпушка, налим, сом, сиг и др. [7, с. 268].

Кроме того, на территории национального парка сохранились многочисленные археологические памятники: возле деревень Кусевщина, Струголапы, Лапоси, Красяны стоянки времен мезолита, у деревень Никольцы и Кочерги археологи обнаружили культурный пласт эпохи неолита. Памятники культуры шнуровой керамики представлены археологическими находками у деревень Никольцы, Рыбки, Рассохи. Курганы и городища железного века сравнительно хорошо сохранились у деревень Олешки, Гуски, Шкляниково, Засвирь [5, с. 123].

4. Национальный парк «Припятский» расположен на территории Гомельской области.

Ландшафтную основу здесь составляют леса, которые вместе с болотами и пойменно-речными комплексами занимают около 95 % площади. Главная водная артерия – р. Припять с ее притоками. В парке более 400 пойменных озер [4, с. 78].

Припятское Полесье богато на контрасты. Так, в междуречье Ствиги и Припяти, расположен богатейший в Беларуси историко-культурный край – Туровщина, заселенный человеком в 5–8-м тысячелетиях до нашей эры, лишенный в настоящее время лесов и болот, трансформированных в агрокультурные ландшафты.

Флора этого региона представлена более чем 1000 видов растений. В Красную книгу Республики Беларусь включен 61 вид растений, в том числе и такие реликтовые виды, как баранец обыкновенный и хвощ большой.

Богата и фауна парка: здесь обитает 51 вид млекопитающих, 7 видов рептилий, 13 – амфибий, 39 – рыб, 251 вид птиц. В 1987 году здесь реакклиматизирован беловежский зубр, а в 2000 году – благородный олень. В Красную книгу включены 76 видов позвоночных (зубр, барсук, рысь, черный аист, болотная черепаха, медянка и др.) и 36 видов насекомых.

Богатое природное наследие национального парка привлекает сюда немало экотуристов. По мнению западных туроператоров, национальный парк «Припятский» является уголком европейской природы, которому нет аналогов в мире. Пять лет назад национальный парк «Припятский» по развитию экотуризма получил рекомендацию от западных туроператоров – Дэвид Кент, компания GGW (Англия) с выходом на западный рынок, со ссылкой в адрес этой компании. Национальный парк посетили туристы из Англии, Италии, Германии, Голландии, Бельгии, Франции и других стран [3, с. 125].

Для привлечения экотуристов в национальном парке проводится большая работа по обеспечению качества туров, выявлению мест обитания и концентрации диких животных, используются способы привлечения зверей и птиц, что позволяет во время 10-дневного экологического тура в весенний период увидеть 120–140 ви-

дов пернатых. Для наблюдений используются водные, пешеходные, автомобильные маршруты, засидки, вышки с возможностями фотосъемки объектов дикой природы [6, с. 123].

5. Березинский биосферный заповедник расположен в Минской области. На территории заповедника имеется семь крупных озер. Главной водной артерией является р. Березина, протяженность которой в пределах заповедника составляет 110 км. В долине ее сосредоточены многочисленные старицы и пойменные озера. В 1804 году была построена знаменитая Березинская водная система, соединившая Черное и Балтийское моря [8, с. 337].

Уникальными в заповеднике являются коренные мягколиственные леса и обширные сфагновые болота, в том числе болото Домжерицкое (10,9 тыс. га), считающееся одним из наиболее крупных неосушенных болотных массивов в Европе [4, с. 54].

Главной лесообразующей породой заповедника является сосна. Она занимает около половины всей лесопокрытой площади. Затем идут березняки, черноольшаники, ельники, дубняки, осинники и белоольшаники. Все эти породы в природных комплексах заповедника образуют более чем 70 различных типов леса и характерно отображают весь Западно-Двинский лесорастительный район подзоны широколиственно-еловых лесов Беларуси [4, с. 117].

Любопытно, что это единственное место в Беларуси, где найдена особенно редкая форма рода цетрарии – соралифера Андерса. Здесь же, недалеко от местечка Крайцы, сотрудниками Академии наук Беларуси были обнаружены интересные растения: орхидея севера – венерин башмачок, зубянка луковичная (реликт), медвежий лук и другие растения [4, с. 123].

Наиболее интересно озеро Плавно: северо-восточная часть его несет свои воды в Балтийское, юго-западная – в Черное моря, а река Сергуч, впадающая в это озеро, является, по существу, притоком двух морей.

Реки, озера и каналы в заповеднике с зарослями ивняков, ольхи, осины заселены речным бобром. Очень интересны бобровые плотины, построенные ими для регулирования уровня воды. Некоторые из них имеют длину в десятки и даже сотни метров [1, с. 237].

Разнообразие природных условий отразилось на богатстве растительного и животного мира. Около 60 видов растений заповедника, 9 видов млекопитающих (бурый медведь, рысь, барсук, зубр и др.), 58 видов птиц включены в Красную книгу Беларуси.

Березинский заповедник в 1979 г. получил статус биосферного и был включен в мировую сеть биосферных заповедников. На его базе в 1983 г. был проведен I Международный конгресс по биосферным заповедникам.

Таким образом, изучение теоретических источников о природном потенциале Республики Беларусь позволяет сделать следующие выводы.

На территории Беларуси сохранились природные ландшафты, для которых характерно наличие редких форм рельефа, живописных озер, естественной растительности и диких животных, мест обитания исчезающих видов флоры и фауны, что является предпосылкой формирования специализированных программ экологического туризма, ориентированных как на внутренний спрос, так и на иностранных посетителей.

Предполагается активное развитие экологического и научного туризма, который заключается в знакомстве с редкими видами птиц, изучении их гнездовий и кольцевание птенцов и птиц с последующим выпуском в природу.

Наиболее популярными экотуристическими зонами являются национальные парки «Беловежская пуща», «Браславские озера», «Припятский», «Нарочанский» и Березинский биосферный заповедник. Для туристов, приезжающих в заповедник и национальные парки, созданы благоприятные условия для проживания: гостиницы, гостевые домики, туристические комплексы, места стоянок на природе. В данных национальных парках в настоящее время активно развиваются различные виды туризма – экологический, познавательный, научный, спортивный, рекреационный.

1. Решетникова, А.Н. Перспективные направления использования культурно-исторического потенциала водных объектов Республики Беларусь / А.Н. Решетникова. – Минск: Высшая школа, 2006. – 330 с.

2. Решетников, Д.Г. Культурно-исторические ресурсы развития экологического туризма в Беларуси / Д.Г. Решетников. – Минск: Высшая школа, 2007. – 307 с.

3. Тарасенок, А.И. Туризм в Беларуси / А.И. Тарасенок, Д.Г. Решетников, Н.И. Полещук. – Минск: Высшая школа, 2001. – 150 с.

4. Тарасенок, А.И. Экологический туризм и рекреационное природопользование в Беларуси: учеб.-метод. пособие / А.И. Тарасенок. – Минск, 2003. – 119 с.

5. Туризм и туристские ресурсы в Республике Беларусь. Статистический сборник. – Минск, 2007. – 131 с.

6. Туристический гид-справочник «Беларусь – 2008». – Минск: Алгоритм, 2008. – 218 с.

7. Туристская энциклопедия Беларуси. – Минск: БелЭн, 2007. – 278 с.

8. Шумов, С. Удивительная Беларусь / С. Шумов, А. Андреев. – М.: Алгоритм, 2008. – 351 с.

ПРИРОДНЫЕ ПРЕДПОСЫЛКИ РАЗВИТИЯ ТУРИСТИЧЕСКИХ КОМПЛЕКСОВ В БЕЛАРУСИ

О.И. Фоменок,

Институт туризма Белорусского государственного университета физической культуры,
Республика Беларусь

Туристический комплекс представляет собой целостную хозяйственную систему, целевой функцией которой является предоставление услуг отдыха, лечения и развлечений. Способ комбинирования указанных услуг определяет характер конкретных туристских организаций. Туристический комплекс как хозяйственная система обладает своим набором факторов производства, своей ресурсной базой и собственной инфраструктурой. Видовым отличием туристического комплекса является высокая зависимость факторов производства, ресурсной базы и инфраструктуры от территориальной дислокации и связанных с ней природных факторов [1].

Существуют туристические комплексы следующих видов: спортивно-оздоровительные, рекреационно-туристские, санаторно-курортные и др.

Целью нашего исследования является изучение природного богатства Республики Беларусь как одной из предпосылок развития рекреационно-туристских комплексов.

Главными природными компонентами, которые формируют ландшафты, является следующее – геологическое строение и рельеф, гидрография (водные ресурсы), климат, растительный покров почвы, животный мир.

Для привлечения туристических потоков в целях рекреации, оздоровления и ознакомления с живой природой обычно используются такие компоненты природы как уникальные формы рельефа, целебные источники, лечебные грязи, благоприятный климат, водные объекты, живописные леса, луга, а также общение с представителями дикой фауны.

Беларусь единственная в Европе страна, у которой нет гор и выхода к морю. Однако на территории нашей страны распространены уникальные ледниковые и водно-ледниковые формы рельефа, образовавшиеся на протяжении двух последних оледенений в течение 100 тысяч лет. Это все возвышенности белорусской гряды (Минская, Новогрудская, Ошмянская и др.). Так же интересны живописные холмисто-озерные ландшафты Белорусского Поозерья и плоские водно-ледниковые равнины Белорусского Полесья.

В Беларуси имеются богатые запасы минеральных вод и лечебных грязей, пригодных для использования в курортном деле. Минеральные воды залегают на глубинах более 300 – 400 метров и распространены на всей территории нашей страны.

Лечебные грязи (торфа и сапропели) также распространены почти на всей территории страны (особенно в южных районах).

Особую привлекательность Беларуси придает широкое распространение ледниковых валунов, которые были принесены со скандинавского полуострова из Финляндии и Карелии на протяжении последних ледниковых эпох.

Валуны представляют собой окатанные обломки кристаллических и сцементированных пород диаметром более 10 см. В Беларуси охраняется более 500 известных валунов, которые представляют природную и культурно-историческую ценность.

Особым богатством Беларуси является огромное количество водных объектов (более 20 тысяч рек и ручьев и более 10 тысяч озер).

Реки Беларуси принадлежат к двум основным бассейнам, Черноморскому и Балтийскому.

Крупных рек протяженностью более 500 км в Беларуси немного, основное количество рек имеет длину до 100 км. Реки Беларуси главным образом используются для рекреации, водного туризма, наиболее крупные как транспортные артерии.

Самые живописные, чистые и привлекательные озера Беларуси имеют ледниковое происхождение. Они сосредоточены в Белорусском Поозерье. Другой озерный регион, Белорусское Полесье, представлен менее живописными и чистыми озерами, однако они могут быть использованы в целях рекреации на протяжении более длительного сезона.

В последние десятилетия в Беларуси стали сооружаться искусственные водные объекты – водохранилища, особенно в центральной части страны, где почти отсутствуют озера. Из других водных объектов используемых в туризме следует отметить каналы (Августовский, Огинский, Вилейско-Минская водная система).

Климатические ресурсы Беларуси для использования в сфере туризма можно назвать благоприятными, так как они позволяют заниматься туристско-экскурсионной деятельностью на протяжении больше половины года. В южной части Беларуси (Белорусское Полесье) продолжительность летнего сезона со среднесуточной температурой выше +13,5 °C составляет почти 5 месяцев. Зимние виды туризма в этом регионе развивать нерентабельно, так как он имеет не совсем благоприятные условия для зимних видов туризма и рекреации. Белорусское Поозерье в климатическом отношении благоприятно для развития как зимних, так и летних видов туризма и отдыха.

Несмотря на то, что летний сезон здесь значительно короче (3 месяца), зато стабильный снежный покров и ледостав на водоемах может длиться до 4 месяцев.

Естественная растительность Беларуси занимает более 60 % территорий страны. Она представлена лесами, лугами и болотами. Леса занимают около 39 % всей территории страны и располагаются равномерно по всей ее площади. Леса различаются по видовому составу. В Поозерье распространены в основном сосновые и еловые леса с примесью березы, ольхи, осины; дуб встречается редко. По направлению к югу в видовом составе лесов происходит определенное изменение: процентное количество елей, осины, ольхи уменьшается, но зато увеличивается количество граба, дуба и других широколиственных пород. В Белорусском Полесье распространены широколиственно-сосновые леса, представленные дубом, грабом, сосной, изредка березой.

Наиболее благоприятными для отдыха являются сосновые, дубовые и березовые леса, так как эти виды произрастают на сухих почвах.

Наиболее распространенной древесной породой Беларуси является сосна (56 % всего лесного фонда). Сосновые леса распространены на всей территории Беларуси, но отдельные крупные участки их сосредоточены в пределах возвышенностей, песчаных равнин.

Дубравы сосредоточены в южной части Беларуси и приурочены к суходолам (плоские опесчаненные участки речных долин).

Береза распространена на всей территории нашей страны (10 % лесного фонда), особенно в северных и центральных районах. Как правило, березовые леса сочетаются с сосновыми и располагаются на возвышенных участках рельефа.

Фауна Беларуси насчитывает 457 видов позвоночных животных, в том числе 73 вида млекопитающих, около 290 видов птиц, 58 видов рыб, 19 видов пресмыкающихся и земноводных. Гордостью и символом страны является беловежский зубр – крупнейший зверь Европы, популяция которого в Беларуси составляет около 300 особей [2].

Богатство флоры и фауны, сохранность естественных ландшафтов Беларуси являются предпосылками развития экологического туризма. Значительные перспективы имеет и международный охотничий туризм. К охотничье-промысловым относят 22 вида млекопитающих (лось, кабан, косуля, олень, волк, лиса, заяц, белка, бобр и др.), 31 вид птиц (глухарь, тетерев, рябчик, кряква, чирок и др.). В стране насчитывается свыше 200 охотничьих хозяйств, однако с учетом уровня инфраструктуры принимать иностранных охотников могут лишь около 20 хозяйств («Лясковичи», «Барсуки», «Телеханы», «Браславское», «Тетеринское», «Красносельское» и др.).

Где наиболее благоприятные места для развития рекреационно-туристских комплексов?

Для размещения рекреационно-туристских комплексов в нашей стране наиболее важным является сочетание большинства природных компонентов, используемых в туризме и рекреации. Поэтому в отношении использования рельефа наиболее благоприятными зонами для туризма и отдыха являются отдельные участки Минской, Ошмянской и др. возвышенностей Белорусской гряды и возвышенности Белорусского Поозерья (Витебской, Городокской и др.). По богатству водными ресурсами пригодными для туризма и отдыха, прежде всего выделяют Поозерье и Полесье. Однако отдельные его участки на востоке подвержены радионуклидному загрязнению после аварии на Чернобыльской АЭС.

Наиболее благоприятными для использования в рекреации являются сосновые боры Белорусского Поозерья, а также участки сосновых лесов и дубрав в центральной и южной части страны.

Таким образом, анализируя состояние природных ландшафтов Беларуси для использования и развития рекреационно-туристских комплексов, следует указать наиболее перспективные районы, где их необходимо создавать:

1. Городокский туристический район расположен на северо-востоке Витебской области в зоне Городокской возвышенности. Здесь находится много небольших живописных озер, которые в сочетании с холмистым грядовым рельефом обладают большой аттрактивностью, более 50 % лесов региона представлено сосновыми борами.

На территории этого региона минеральные воды залегают на глубине около 400 метров и могут быть использованы в санаторно-курортной деятельности.

Климат региона благоприятен для организации как летних, так и зимних видов отдыха и туризма.

2. Ушачский туристический район привязан, главным образом, к Ушачскому административному району Витебской области. Ландшафты в основном холмисто-озерные. Озера Ушачской группы уже давно освоены для туристической деятельности и известны не только в Беларуси, но и за ее пределами. В этом районе расположен известный курорт Ушачи, где для оздоровления и лечения используются минеральные воды и лечебные грязи.

3. Лепельский туристический район. Лепельский регион расположен по южной части Витебской области в пределах Лепельской гряды. Преобладают на территории этого региона озерно-холмистые ландшафты. Лесистость составляет около 50 %, при этом более половины лесов представлены сосновыми борами.

Эти 3 региона могут быть использованы для создания рекреационно-туристских комплексов не только потому, что они обладают благоприятным сочетанием природных компонентов, но и вследствие их известности, а также транспортной освоенности.

В Центральной части Беларуси можно планировать освоение таких регионов для рекреационно-туристских комплексов как Гродненский, Новогрудский, Слонимский и др. Здесь существуют не только благоприятные природные условия, но и есть в наличии культурно-исторические памятники и развитая транспортная сеть.

По этим принципам весьма перспективным является выделение в южной части Беларуси Каменецкого, Пружанского, Пинского регионов, как интересных рекреационно-туристских комплексов.

Таким образом, изучение теоретических источников о природном потенциале Республики Беларусь позволяет сделать следующие выводы.

На территории Беларуси сохранились природные ландшафты, для которых характерно наличие редких форм рельефа, живописных озер, естественной растительности и диких животных, мест обитания исчезающих видов флоры и фауны, что является предпосылкой создания рекреационно-туристских комплексов и формирования для них специализированных программ экологического туризма, ориентированных как на внутренний спрос, так и на иностранных посетителей.

1. Гайдукевич, Л.М. География международного туризма. Страны СНГ и Балтии: учеб. пособие / Л.М. Гайдукевич, С.А. Хомич, Я.И. Аношко. – Минск: Аверсэв, 2004. – 252 с.

2. Решетников, Д.Г. Культурно-исторические ресурсы развития экологического туризма в Беларуси / Д.Г. Решетников. – Минск: Высшая школа, 2007. – 307 с.

3. Тарасенок, А.И. Экологический туризм и рекреационное природопользование в Беларуси: учеб.-метод. пособие / А.И. Тарасенок. – Минск, 2003. – 119 с.

МЕНЕДЖМЕНТ САНАТОРНО-КУРОРТНЫХ И ОЗДОРОВИТЕЛЬНЫХ УЧРЕЖДЕНИЙ

А.Г. Фурманов, Э.С. Кашицкий, О.В. Романова,

Институт туризма Белорусского государственного университета физической культуры,
Республика Беларусь

Учебная программа по дисциплине «Менеджмент санаторно-курортных и оздоровительных учреждений» разработана кафедрой технологий в туристической индустрии учреждения образования «Белорусский государственный университет физической культуры».

Представленная учебная программа разработана для студентов, обучающихся по специальности 1-89 01 01 «Туризм и гостеприимство» специализации 1-89 01 01 09 «Технологии сервиса оздоровления и лечения туристов» в соответствии с образовательным стандартом Республики Беларусь первой ступени высшего образования ОСРБ 1-89 01 01-2008 и учебным планом специальности.

В программе определены цели и задачи в соответствии с квалификационными требованиями по подготовке специалистов в сфере туризма, гостеприимства, рекреации и экскурсоведения.

Целью изучения дисциплины является формирование у студентов знаний, умений и навыков, необходимых для планирования и управления деятельностью в санаторно-курортных и оздоровительных организаций.

Задачи изучения дисциплины:

–сформировать знания по планированию и управлению деятельностью санаторно-курортных и оздоровительных организаций;

–сформировать профессиональные умения и навыки по организации работы в санаторно-курортных и оздоровительных учреждениях.

В результате освоения дисциплины «Менеджмент санаторно-курортных и оздоровительных учреждений» выпускник должен:

знать:

–основы санаторного дела, физической рекреации, восстановительной медицины, реабилитации, физиотерапии и курортологии;

– основы менеджмента в санаторно-курортных учреждениях;

–организацию финансово-экономической деятельности санаторно-курортных учреждений;

–стратегию развития и маркетинговую политику в санаторно-курортных учреждениях;

–организацию и продажу лечебных туров на белорусские и зарубежные курорты;

–организацию и принципы проведения анимационной работы в санаторно-курортных учреждениях;

уметь:

– организовывать менеджмент в санаторно-курортных учреждениях;

–управлять финансово-экономической деятельностью санаторно-курортных учреждений;

– разрабатывать бизнес-план санаторно-курортных учреждений;
– проводить курортологическую оценку территорий и составлять региональные программы развития курортного дела;

– разрабатывать и продавать лечебные туры на белорусские и зарубежные курорты;
– организовывать PR-акции и рекламу санаторно-курортных учреждений;
– осуществлять анимационную работу в санаторно-курортных учреждениях.

Учебный материал программы включает 6 разделов.

В первом разделе «Общественное здоровье и здравоохранение, организация санаторно-оздоровительной деятельности» раскрываются основные понятия и организация санаторно-оздоровительной деятельности, представлен анализ современного состояния санаторного лечения и оздоровления [1, 3, 4, 5, 6].

Во втором разделе «Менеджмент в санаторно-курортных учреждениях» представлено законодательство, регулирующее деятельность санаторно-курортного и оздоровительного учреждения, описано формирование внутренней законодательной базы санаторно-курортного учреждения [2, 4].

В третьем разделе «Финансово-экономическая деятельность санаторно-курортных учреждений» раскрыт экономический анализ деятельности учреждений в разрезе источников финансирования, представлены платные медицинские и немедицинские услуги в санаторно-оздоровительных учреждениях [4].

В четвертом разделе «Осуществление стратегии развития и маркетинговой политики в санаторно-курортных учреждениях» описано планирование и организационные технологии эффективного управления учреждениями, представлено ценообразование и формирование прейскуранта на услуги [2, 4].

В пятом разделе «Разработка и продажа лечебных туров на белорусские и зарубежные курорты» раскрываются PR-акции и реклама как основа успешной деятельности в санаторно-курортной сфере, государственное управление (нормативно-правовое обеспечение) в курортной отрасли [5, 6, 7, 8].

В шестом разделе «Организация и проведение анимационной работы в санаторно-курортных учреждениях» описано: планирование анимационной деятельности. Анимационные услуги и программы; технология создания и реализации анимационных программ; подбор и управление персоналом анимационной службы; материальная база для обеспечения работы анимационной службы [8].

Изучение дисциплины рассчитано на 36 аудиторных учебных часов, из них: лекции – 18 часов, семинары – 18 часов. Формой контроля знаний студентов, предусмотренной учебным планом, является зачет.

Изучение рассматриваемой учебной дисциплины расширит круг познаний студентов, повысит уровень компетенции будущих специалистов.

1. Ветитнев, А.М. Курортное дело: учеб. пособие / А.М. Ветитнев, Л.Б. Журавлева. – М.: КноРус, 2006. – 527 с.
2. Зорин, И.В. Менеджмент персонала. Планирование карьеры в туризме / И.В. Зорин. – М.: РМАТ, 1997. – 238 с.
3. Зорин, И.В. Туризм и охрана окружающей среды / И.В. Зорин, Ю.А. Штюмер. – М., 1986. – 102 с.
4. Колотова, Е.В. Рекреационное ресурсоведение: учебное пособие для студентов, обучающихся по специальности «Менеджмент» / Е.В. Колотова. – М.: РМАТ, 1999. – 135 с.
5. Кривобоков, Н.Г. Доктор природа: избранные лекции по общей курортологии / Н.Г. Кривобоков, В.П. Боряк. – Махачкала: Юпитер, 2001. – 336 с.
6. Пономоренко, Г.Н. Санаторно-курортное лечение / Г.Н. Пономоренко. – СПб.: Человек, 1999. – 208 с.
7. Разумов, А.Н. Здоровье здорового человека / А.Н. Разумов, В.А. Пономоренко. – М.: Медицина, 1996. – 416 с.
8. Тропынин, И.В. Основы организации курортного дела: учеб. пособие / И.В. Тропынин. – Красноярск: ВСИТ – филиал РМАТ, 2004. – 204 с.

ПРИЧИНЫ БАНКРОТСТВА ТУРИСТИЧЕСКИХ ОПЕРАТОРОВ В РОССИИ

О.А. Фынтинэ, канд. пед. наук,

Сургутский государственный университет ХМАО-Югра,
Российская Федерация

Российский рынок туристических услуг сейчас переживает непростые времена. За последние несколько лет произошли громкие банкротства нескольких крупных туроператоров – «Капитал-тур», «Ланта-тур Вояж», и уже с начала 2012 года Федеральное агентство по туризму вывело из реестра туроператоров 662 компании. Так в чем же дело, что происходит в сфере туризма в России? Проанализируем причины сложившейся ситуации.

Мировой финансовый кризис, начавшийся в 2008 г. и продолжающийся в настоящее время, изменил очень многое. Наверное, нет ни одной сферы жизнедеятельности, которую он бы не затронул. Во многих сферах экономики и бизнеса изменились правила игры, поменялись приоритеты. И чем дальше, тем больше это явление приобретало вид «снежного кома».

Первопричиной, на мой взгляд, следует считать падение потребительского спроса на туристическую продукцию. Возникает вопрос – почему? Ответ лежит на поверхности – изменение благосостояния граждан, переоценка взглядов на отдых и целесообразность затрат на него, изменение географии туризма (пересмотр ценового диапазона отдыха в сторону удешевления). Исходя из этого, у туроператоров начались проблемы, которые вылились в накопление долгов. Так откуда берутся долги у туроператоров? Прежде всего, это непростые взаимоотношения с авиаперевозчиками. Как известно, туроператоры заранее выкупают места в самолетах на различные направления и потом начинают их заполнять своими туристами в рамках готового турпакета. Но снижение потребительского спроса привело к тому, что у туроператоров стали накапливаться долги перед авиаперевозчиками. Не помогают даже «горящие туры». Многие решали эти проблемы за счет привлечения кредитов, в надежде на восстановление потребительского спроса и улучшение экономической ситуации, но этого, к сожалению, не произошло.

В сложившейся ситуации обостряется борьба за клиента, в ходе которой применяются такие способы конкурентной борьбы, как ценовой демпинг. Здоровая конкуренция на рынке туристических услуг – это всегда хорошо, но в данном случае это заставляет туроператоров работать на грани убыточности в борьбе за клиентскую базу и накапливать долги. Также наблюдается такое явление, как постепенное теснение мелких туроператоров более крупными и постепенная монополизация туристического рынка.

Естественно, что туроператоры отслеживают текущую ситуацию и реагируют на нее оптимизацией своих расходов: сокращением региональных полетных программ, дополнительных офисов, рекламы, издержек текущей деятельности. Но это имеет свою оборотную сторону – снижение интереса к компании со стороны клиентов.

Значительный урон прибыли туроператоров начинает приносить самостоятельная организация отдыха гражданами за рубежом и оплата туристических услуг (авиабилет, гостиница) через интернет напрямую. Но, на наш взгляд, число таких туристов не будет стремительно увеличиваться, просто это явление новое и не все готовы преодолеть языковой барьер, довериться электронной оплате гостиницы, самостоятельно заниматься визовыми формальностями, трансфером.

Сложно прогнозировать, когда туристический бизнес в России выйдет из этой ситуации, но уже сейчас ясно, что выживут лишь крупные туроператоры обладающие своим авиапарком, отельной базой, и перестроившие свой бизнес в соответствии с новыми реалиями времени.

1. Головатюк, А.В. Отдельные аспекты организационно-правового механизма развития туризма: применение международного опыта в России / А.В. Головатюк. – М. 2009. – 248 с.
2. Сенин, В.С. Организация международного туризма / В.С. Сенин. – М.: Финансы и статистика, 2005. – 397 с.
3. Основы туристской деятельности: учебник для лицеев, колледжей и средних специальных учебных заведений туристского профиля / Г. И. Зорина [и др.]; сост. Е.Н. Ильина. – М.: Советский спорт, 2002. – 199 с.
4. Организация туризма: учеб. пособие / под ред. А. П. Дуровича. – Минск: Новое знание, 2006. – 639 с.
5. Черных, Н.Б. Технология путешествий и организация обслуживания клиентов. – М.: Советский спорт, 2002. – 319 с.
6. Волошин, Н.И. Правовое регулирование в туризме / Н.И. Волошин. – М.: Советский спорт, 2004. – 403 с.
7. Ушаков, Д.С. Технологии выездного туризма / Д.С. Ушаков. – Ростов н/Д: МарТ, 2007. – 382 с.

РЕКРЕАЦИОННЫЕ ВОЗМОЖНОСТИ АГРОТУРИЗМА КАК СОСТАВЛЯЮЩИЕ КАЧЕСТВА ЖИЗНИ

А.Н. Цепелева,

Институт туризма Белорусского государственного университета физической культуры,
Республика Беларусь

Повышение качества жизни во второй половине XX в., прежде всего в постиндустриальных странах, нашло отражение в росте потребления товаров длительного пользования и экономии за счет этого времени и затрат домашнего труда, увеличении количества свободного времени, значительного роста расходов на услуги, отдых, досуг, туризм и путешествия. В конце XX – начале XXI в. важнейшими параметрами качества жизни становятся: уровень экологической безопасности (сохранение окружающей среды, природного разнообразия, чистоты продуктов питания), уровень информированности населения, доступность информации независимо от места проживания, степень гражданских и политических свобод и т. д.

Обеспечение высокого, достойного качества жизни становится целью социально-экономического развития современных государств, а формирование системы обеспечения высокого качества жизни – приоритетным направлением их деятельности. Многие модели социально-экономического развития общества направлены на улучшение качества жизни людей, которое выступает критерием и конечным результатом любых преобразований в обществе.

Под качеством жизни в современных концепциях качества за рубежом понимают комплексную характеристику социально-экономических, политических, культурно-идеологических, экологических факторов и условий существования личности, положения человека в обществе [2].

А.И. Субетто [2] определяет качество жизни как систему качеств духовных, материальных, социокультурных, экологических и демографических компонентов жизни.

С 1990 года ООН ежегодно проводит исследования с целью ранжирования стран мира по индексу «качества жизни» (глобальный уровень управления качеством) – ИРЧП. В качестве главных индикаторов используются три параметра, относящиеся к качеству жизни: здоровье (показатель прогнозируемой продолжительности жизни при рождении), образование (два показателя – фактическая продолжительность обучения взрослого населения и предполагаемая продолжительность учебы детей, поступающих в первый класс), и благосостояние, оцениваемое размером ВВП на душу населения.

Американская некоммерческая организация «Комитет по демографическому кризису» проводит исследования качества жизни в 10 крупнейших городах мира по 10 показателям: стоимость питания, жилищные условия, качество жилья, связь, образование, здравоохранение, тишина, уличное движение, чистота воздуха, общественная безопасность.

Международный журнал «International Living» традиционно публикует ежегодное исследование, посвященное качеству жизни в странах по всему миру. В рейтинге издания принимают участие около 194 стран.

Так, индекс качества жизни (Quality of Life Index) является комплексным показателем, характеризующим уровень общественного развития, достигнутый страной, и включает девять субиндексов: стоимость проживания (с учетом налогов), культура и досуг, экономика, окружающая среда, уровень свободы, здравоохранение, инфраструктура, риски и безопасность, климат. Максимальная оценка каждого критерия составляет 100 баллов.

В качестве базы исследования выступают публикации авторитетных исследовательских организаций (Freedom in the World: The Annual Survey of Political Rights and Civil Liberties; The Freedom House Survey и др.) и статистические сборники (UNESCO Statistical Yearbook, The World Factbook, доклады Всемирной организации здравоохранения, Департамента торговли США и др.).

Республика Беларусь в рейтинге издания в 2010 году заняла 109-е место (54 балла) и по сравнению с предыдущим рейтингом переместилась вниз на 15 позиций (в 2009 г. страна занимала 94-е место – 55 баллов). При этом 109-е место мы делили с Таиландом, Россией, Замбией, Ливаном, Палау, Малави, Марокко, Западным Самоа, Свазилендом и Бахрейном. В 2011 году общий показатель качества жизни Беларуси составил 51 балл.

Необходимо отметить, что многие рейтинги носят субъективно-объективный характер.

В связи с этим актуальными становятся проблемы оценки, измерения качества жизни, что позволит проанализировать социально-экономическую ситуацию, выявить все слабые и сильные стороны жизнедеятельности общества. Оценка качества жизни дает возможность определить пути и механизмы перехода от политики выживания к политике улучшения качества жизни как стратегической задаче, а также для изучения экономических возможностей страны, анализа перспектив развития человеческого капитала, определения потенциальных возможностей страны, региона.

Качество жизни как система включает в себя качество человека, качество образования, качество культуры, качество среды обитания (экологии), качество социальной, экономической и политической организации общества.

Управление качеством жизни, таким образом, включает в себя управление развитием качества личности на основе процессов социализации, в первую очередь в рамках семьи и образования, управление качеством среды жизни, управление качеством образования, управление качеством развития населения, управление качеством здоровья населения и др. Речь идет о «мягком» управлении, опирающемся на методологическую базу всего комплекса системных наук, учения о цикличности развития, экологии, науки об образовании, педагогики, квалитологии и квалиметрии. [1].

Здоровье – синтетический индикатор качества. При этом в соответствии с представлением Всемирной организации здравоохранения категория здоровья включает в себя категории физического, психического, духовного и социального здоровья.

Очень большую роль в повышении качества жизни населения и его здоровья может сыграть развитие туризма, особенно внутреннего, за счет его доступности различным слоям населения по многим параметрам. Как известно, смена видов деятельности и места пребывания, а также положительные эмоции способствуют снятию напряжения и стресса, качественно улучшают духовное состояние общества.

Одними из приоритетных направлений развития внутреннего туризма в Республике Беларусь являются развитие экологического туризма и агротуризма. Беларусь располагает достаточным природным потенциалом для его полноценного развития. Территория государства расположена на 46,3 % типичных природно-территориальных комплексов, 32,8 % – ценных и 20,9 % – уникальных природных комплексов. [3].

В связи с резким ростом цен на туристические услуги и падением платежеспособности, 70 % населения страны проводит отпуск в своем регионе. Максимум, что могут себе позволить граждане, входящие в этот сег-

мент потребительского рынка, это отдых в деревне, отдых в выходные дни на дачных участках, а также отдых детей в летнее время в лагере, при условии платежеспособности предприятия, на котором работают.

Также следует учесть, что экологическая обстановка в некоторых промышленных городах является неблагоприятно, и жителям этих городов необходим отдых на природе, хотя бы в летнее время. В таком аспекте сельский туризм с использованием местных природных и культурно-исторических ресурсов сельской местности региона может являться альтернативным видом организованного отдыха горожан. Сегодня в ряде регионов наблюдается увеличение потока неорганизованных туристов в выходные дни в пригороды, и 30 % потенциальных потребителей туристического продукта предъявляют повышенные требования к уровню проживания и обслуживания, которые отчасти совпадают с качеством того обслуживания, которое могут предоставить сегодня региональные объекты туристической индустрии.

Предварительная оценка спроса на агротуризм в Беларуси выявляет наличие большого рынка потенциальных покупателей. В первую очередь это городское население (6,9 млн. человек) и особенно население крупных городов. Так, согласно исследованию ООН, 82 % минчан хотели бы совершить экологические путешествия.

Если спроецировать мировые тенденции на приезжающих к нам иностранцев (по оценке ВТО, доля туристов, совершающих «зеленые» путешествия, составляет 20 % мирового туризма), то цифры потенциальных покупателей весьма оптимистичны.

Одна из тенденций последних лет показывает особый интерес горожан к отдыху на природе в сельской местности в крестьянских традиционных домах. Три составляющие массового отдыха на море (от английского Sun-Sea-Sand – солнце-море-песок) в европейских странах были заменены на пейзаж-традиции-отдых (Landscape-Lore-Leisure). Как туристический продукт сельский туризм предлагает целый пакет услуг, начиная от размещения в сельском доме, экскурсий, питания и заканчивая активным участием в сельской жизни. Мотивацией к отдыху в сельской местности является:

- желание быть ближе к природе, возможность дышать свежим воздухом;
- возможность познакомиться с другой культурой и традициями;
- желание участвовать в разных праздниках, общаться;
- по причинам семейных традиций;
- отсутствие средств для отдыха в других местах;
- возможность практиковать различные виды спорта во время отдыха и т. д.

Среди факторов, повлиявших на развитие этой формы туризма, следует отметить:

- рост мобильности граждан за счет увеличения количества личного транспорта;
- более эффективная организация свободного времени (выходные, более частые и короткие каникулы);
- рост динамичности и уровня стрессов в современной городской жизни;
- разнообразие и рост качества услуг, предлагаемых владельцами туристических структур в сельской местности, их специализация.

Популяризация агротуризма как организованного вида отдыха – одна из задач, которую необходимо решить для становления агротуризма как перспективного сектора туристической индустрии.

В Беларуси сосредоточены огромные ресурсы для агротуризма, но они востребованы крайне неэффективно. Чтобы развивался этот вид туристического бизнеса, одной только поддержки на уровне муниципалитетов явно недостаточно.

Туризм является нестабильным источником доходов, подверженным влиянию разнообразных факторов, не поддающихся контролю. Распространенной проблемой, связанной с агротуризмом, является его сезонная природа. Существуют пиковые сезоны и сезоны спада туристической деятельности.

Как ни парадоксально, но пиковые периоды приходятся на те месяцы, в которые наблюдается изобилие различных праздников, и на выходные дни. А сезон спада наблюдается в июле месяце, когда корпоративный клиент уезжает в отпуск, и в будние дни. Это говорит о том, что задействован определенный, узкий сегмент рынка.

Сегодня в сети Интернет появляются предложения фермеров, самостоятельно рекламирующих свои услуги. Однако редко у какой усадьбы это собственный, хорошо продуманный, функциональный сайт. На другие виды рекламы, как правило, не хватает средств, знаний в области ведения бизнеса или заинтересованности.

А рост числа посетителей агроусадьб мог бы решить одну из главных проблем села – обеспечить работой деревенских жителей, вернуть молодежь на село.

1. Бобков, В.Н. Качество жизни: сущность и показатели / В.Н. Бобков, П.С. Мстиславский. // Человек и труд, 1996. – № 6.
2. Зараковский, Г.М. Качество жизни населения России: Психологические составляющие / Г.М. Зараковский. – М.: Смысл, 2009. – 319 с.
3. Тарасенок, А.И. Экологический туризм и рекреационное природопользование в Беларуси: учеб.-метод. пособие / А.И. Тарасенок – Минск: ЕГУ, 2003.

ПАСПОРТНО-ВИЗОВЫЕ ФОРМАЛЬНОСТИ В ТУРИЗМЕ

Н.О. Шакуто, Е.А. Снаговский,

Белорусский государственный университет физической культуры,
Республика Беларусь

На современном этапе развития человеческого общества туризм приобретает существенное значение, т. е. он перешел из категории элитного продукта в категорию продукта, доступного потребителю. Поэтому исследование закономерностей развития паспортно-визовой системы имеет большое значение с точки зрения изучения туризма как одной из развивающихся сфер рыночной экономики и как общественно-политического явления, так как паспортно-визовые формальности оказывают значительное влияние на формирование и распределение всемирных туристических потоков.

Под туристскими формальностями принято понимать процедуры, связанные с соблюдением туристами, лицами, пересекающими государственную границу, определенных условий, правил, требований, установленных государственными органами страны въезда и пребывания. Предоставление информации о формальностях, связанных с въездом, выездом и пребыванием в стране назначения, является прямой и неотъемлемой обязанностью как туроператоров, так и турагентов в ходе реализации туров потребителям (туристам). Кроме этого, турист должен быть обеспечен всеми надлежащим образом оформленными документами для соблюдения данных формальностей (паспортом, типовым договором, медицинской страховкой, проездными документами и т. д.) [1].

Паспортная система – совокупность урегулированных прав общественных отношений, возникающих преимущественно между органами внутренних дел и гражданами в связи с выдачей гражданам паспортов (видов на жительство) и регистрационным учетом граждан по месту жительства и по месту пребывания. Ввод института паспорта преследовал две основные цели:

а) полицейская цель была предназначена для облегчения поимки преступников и для контроля «за подозрительными лицами в виде охраны государственной безопасности»;

б) фискальная же в свою очередь – для взимания определенных сборов за паспорт [3].

В США и странах ЕС в последнее время введена новая форма удостоверения личности – электронный паспорт. По виду он похож на кредитную карточку, на которую наносятся установочные данные владельца: гражданство, фотография в виде цветной голограммы, место проживания, отпечатки пальцев, радужная оболочка глаз, теплотрия лица.

В современных условиях практически во всех странах существует разрешительный порядок как въезда на территорию, так и выезда с территории государства.

Визовый порядок въезда – это такой режим въезда на территорию иностранного государства, при котором основным условием для въезда является наличие соответствующим образом оформленного разрешения в форме визы. Наличие у лица визы подтверждает выполнение им всех требований для въезда и пребывания в стране.

Визовые формальности – это процедуры, связанные с соблюдением установленного паспортно-визового режима лицами, пересекающими государственную границу. Установление определенного паспортного или визового режима для иностранных граждан – прерогатива национального законодательства страны пребывания [1].

Необходимо помнить о том, что хотя виза и представляет собой основной документ для посещения другой страны, но она не является гарантией того, что зарубежная поездка состоится, она лишь подтверждает факт, что паспорт туриста зарегистрирован в консульском учреждении государства, которое турист собирается посетить. Окончательное решение принимается компетентными органами (таможенными, иммиграционными, полицейскими и т. д.) на границе посещаемого государства.

Основания, по которым наиболее часто отказывают в визах:

- неправильное оформление документов;
- сомнения в добропорядочности гражданина, собирающегося посетить страну;
- неспособность объяснить происхождение значительных средств на покупку дорогостоящего тура;
- нарушение сроков пребывания или правопорядка в предыдущее посещение страны.

При получении визы необходимо уплачивать консульские сборы, размер которых обычно колеблется от 10 до 150 долларов США (такой сбор может составлять до 10 % и более от стоимости туристской поездки).

Свобода передвижения людей связана, прежде всего, с правилами пересечения государственных границ. В середине 1980-х годов по решению этого вопроса начались переговоры между правительствами стран ЕС. Первым шагом к этому соглашению была подписанная канцлером ФРГ Г. Колем и президентом Франции Ф. Миттераном так называемая Саарбрюкская конвенция, которая регламентировала пограничный и таможенный контроль между двумя странами [1, 2, 3].

Через год, 14 июня 1985 года, в замке Шенген (Люксембург) правители пяти из десяти стран Европейских сообществ подписали Шенгенское соглашение о постепенной отмене проверок на внутренних границах, кратко называемым Шенгенским соглашением. 19 июня 1990 года представители тех же пяти стран Европей-

ских сообществ в Шенгене заключили новый международный договор – Конвенцию о применении Шенгенского соглашения от 14 июня 1985 года о постепенной отмене проверок на внутренних границах.

Можно выделить следующие перспективы вступления государств, в частности, Республики Беларусь, в шенгенское пространство:

- свободное перемещение внутри шенгенской зоны;
- гармонизация и координация национальных правил выдачи виз для граждан третьих государств;
- общие критерии для всех стран-участниц при предоставлении политического убежища;
- наличие общего банка данных в целях взаимного обмена информацией и совместной борьбы с преступностью;
- содействие развитию внутреннего туризма в странах Шенгенского соглашения и т. д.

Странами – участниками соглашения применяется единый тариф за выдачу визы (тариф консульского сбора). Консульский сбор – установленная денежная сумма, получаемая от иностранных лиц консульским учреждением за выдачу разрешения на въезд в представляемую им страну. Для граждан Республики Беларусь сумма консульского сбора составляет 60 евро, для граждан России и Украины – 35 евро.

Документами, по которым осуществляется выезд из Республики Беларусь и въезд в Республику Беларусь граждан Республики Беларусь, являются паспорт гражданина Республики Беларусь, дипломатические и служебные паспорта граждан Республики Беларусь, а также национальное удостоверение личности моряка. Однократный въезд граждан в Республику Беларусь может осуществляться по свидетельству на возвращение в Республику Беларусь.

Гражданин Республики Беларусь не может быть лишен права на въезд в Республику Беларусь.

Выезд за границу гражданину Республики Беларусь может быть временно ограничен:

- если он владеет сведениями, составляющими государственную тайну;
- если против него возбуждено уголовное дело;
- если он осужден за совершение преступления;
- если он уклоняется от исполнения обязательств, наложенных на него судом;
- если к нему предъявлен гражданский иск в суде;
- если он сообщил о себе заведомо ложные сведения при оформлении документов;
- если он приписан к призывному участку и подлежит призыву в назначенное время на действительную срочную военную службу – до прохождения срочной военной службы или до освобождения от нее в соответствии с законом;
- если он взят на профилактический учет в КГБ [1].

В ходе проведения исследования методом анкетирования на тему «Паспортно-визовые формальности» была выявлена осведомленность граждан Республики Беларусь по вопросам паспортно-визового режима.

Выборка проводимого исследования составила 104 респондента. Все участники исследования были разного возраста и разное количество раз выезжали за границу.

Все респонденты были разделены на три возрастные группы:

- 18–25 лет;
- 26–35 лет;
- 35 лет и старше.

Было выявлено, что опрашиваемые в возрасте 18–25 лет чаще всего выезжали в другие государства не более 1–2 раз, что обусловлено их материальным положением, социальным статусом и другими причинами.

Опрашиваемые в возрасте 26–35 лет чаще всего выезжали в другие государства 1–3 раза.

Опрашиваемые в возрасте 36 лет и старше чаще всего выезжали в другие государства 2–3 раза. Это связано, прежде всего, со стабильным трудоустройством данных граждан.

Проанализировав ответы опрашиваемых, было выявлено, что чаще всего респонденты давали неверные ответы на вопросы, связанные с понятием «виза», возрастом, с которого разрешен выезд детей за границу без сопровождения законных представителей, со сроком действия паспорта со дня предполагаемого возвращения из-за рубежа и возрастом паспорта при оформлении виз в Европу.

Исходя из полученных результатов, можно сделать вывод о том, что граждане Республики Беларусь, в большинстве своем практически все являющиеся потенциальными туристами, не осведомлены в вопросах паспортно-визового характера.

В ходе анализа данных прослеживалась четкая тенденция: чем большее количество раз человек выезжал за границу и чем он старше, тем меньше допускал ошибок в своих ответах и, соответственно, тем больше он осведомлен о теме паспортно-визовых формальностей, потому что, как правило, у людей в возрасте 26–35 лет и 36 лет и старше есть больше возможностей выезжать в другие государства в связи с уже состоявшимся положением в обществе, а именно наличием трудового места со стабильной заработной платой. Заграничные путешествия позволяют накапливать знания о правилах пересечения государственной границы и въезда на другую территорию.

Знания по паспортно-визовым формальностям имеют большое значение для быстрого и беспрепятственного прохождения границы. Также они оказывают влияние на формирование и распределение туристских потоков. Поэтому грамотные и точные сведения по данному вопросу, предъявляемые менеджером туристу, а также непосредственно его познания в этом вопросе, помогут избежать проблем в плане получения виз и поездок за границу, а также облегчат работу специалистов по продажам.

1. Ананьев, Д.В. Правовое регулирование туристической деятельности / Д.В. Ананьев, З.А. Нехайчик, В.П. Нехтедова. – Минск: БГУФК, 2009. – 92 с.
2. Волошин, Н.И. Правовые основы туристской деятельности: учеб. пособие / Н.И. Волошин. – М.: Советский спорт, 2002. – 424 с.
3. Бгатов, А.П. Туристские формальности: учеб. пособие/ А.П. Бгатов, Т.В. Бойко, М.В. Зубрева. – М.: Академия, 2004. – 304 с.

ТУРИСТИЧЕСКАЯ ДЕСТИНАЦИЯ КАК ОБЪЕКТ УПРАВЛЕНИЯ

Л.В. Штефан, канд. геол.-минерал. наук, доцент,

Институт туризма Белорусского государственного университета физической культуры,
Республика Беларусь

При планировании и организации туризма в регионе эффективным признается подход, при котором в качестве основного элемента системы рассматривается туристическая дестинация. При этом появляется возможность прогнозировать и контролировать экономические, экологические и социокультурные процессы. Термин «дестинация» вошел в словарь туризма сначала как слово, которое означало «место назначения»; он был введен Н.Лейпером в 1979 г. [1]. В конце XX в. термин дестинация стал официальным термином Всемирной туристической организации, которая дала следующее официальное определение: «дестинация – физическое пространство, в котором посетитель проводит время, по крайней мере, с одной ночевкой. Оно включает туристические продукты, такие как услуги и аттракции и туристические ресурсы в пределах одного дня путешествия. Это пространство имеет физические и административные границы, определяющие способ его управления, образы и перцепции, определяющие его рыночную конкурентоспособность» [2].

В результате анализа основных определений понятия «туристическая дестинация», используемых в научной литературе, было выявлено, что все рассмотренные определения можно разделить на две большие группы по смысловому значению: территориально-географическую и маркетинговую. Первая группа определений использует преимущественно географический подход, по которому туристическая дестинация – территория, имеющая определенные границы и обладающая привлекательностью для туриста [1, 3–6]. При этом приводятся условия, которые, по мнению авторов [4], являются необходимыми и достаточными для того, чтобы какая-либо территория считалась дестинацией. Такими условиями (или составными частями дестинации) являются: наличие на этой территории мест размещения, питания, развлечений и высокоразвитой транспортной системы; наличие достопримечательностей, интересующих туристов; наличие информационных и коммуникационных систем. Если рассматривать туристическую дестинацию в представленном ключе – только как территорию, то понятие «туристическая дестинация» не отличается от уже известных в туризме понятий, например, понятия «туристический центр» или «туристический район». Вторая группа определений основана на клиентоориентированном подходе, то есть туристическая дестинация определяется привлекательностью, которую она представляет для определенного сегмента потребителей [2, 7–9, 12]. Именно маркетинговый подход, на наш взгляд, показывает специфику термина «дестинация», поскольку позволяет проследить, как действия других элементов системы влияют на изменение дестинации (ее привлекательности). Первым связал туристические места и их маркетинг Ф. Котлер, определив маркетинг территорий как предпринимательскую деятельность, осуществляемую с целью создания, поддержания или изменения отношений и/или поведения, касающихся конкретных мест [8]. М.А. Морозов считает, что отличием от туристических регионов (районов), где определяющим является наличие какого-либо туристического ресурса, для дестинации определяющим является возможность удовлетворения туристических потребностей [7]. Причем, как правило, эти потребности организаторам туризма самим заметить сложно. Таким образом, в соответствии со смыслом, заложенным в понятие «туристическая дестинация», эффективность экономической деятельности туристической дестинации непосредственно зависит от предоставления туристам таких услуг и такого качества, которые они ожидают (желают) получить. В соответствии с принятым нами подходом к определению понятия «туристическая дестинация», центральным элементом последней является туристический продукт, от качества которого напрямую зависит экономическое развитие дестинации.

«Туристический продукт» – неотъемлемая часть туристической системы, имеет решающее значение для всех участников процесса. По сути, туристический продукт – это любая услуга, удовлетворяющая те или иные потребности туристов и подлежащая оплате с их стороны. К таким услугам относятся гостиничные,

транспортные, экскурсионные, переводческие, бытовые, коммунальные, посреднические и другие услуги. Известно, что оценка качества туристического продукта отличается значительной субъективностью: большое влияние на оценку потребителя оказывают лица, не имеющие прямого отношения к пакету приобретенных услуг (например, местные жители, члены туристической группы и т. д.). В связи с этим рассмотрим важный элемент туристической дестинации, которому, по нашему мнению, работники индустрии туризма не оказывают должного внимания – «население дестинации». В настоящее время при изучении и планировании туризма недостаточное внимание уделяется населению дестинации, которое, как правило, если и рассматривается, то в качестве одного из внешних факторов. Однако местное население является важным участником процесса, так как создает атмосферу, в которой развивается туризм. Местное население – это партнер (а иногда и противник) туристических предприятий. Задача туристической индустрии – построить с ним взаимовыгодные отношения. Специфика туризма предполагает, что контакты туристов с местным населением рассматриваются ими как составная (иногда неотделимая) часть их путешествия и непосредственно влияет на оценку качества туристических услуг на территории дестинации. Этика туристического бизнеса должна быть построена на принятии концепции взаимодействия туристов и местных жителей «гость и принимающий гостя хозяин», при этом каждый участник должен видеть свою выгоду. Местные жители должны знать, что туристы дают им возможность, с одной стороны, получить доход, а с другой стороны, требуют к себе уважительного, ненавязчивого отношения. Им необходимо объяснять, что влияние туризма, благодаря мультипликативному эффекту, распространяется далеко за пределы туристической индустрии. Примеры грамотно построенных взаимовыгодных отношений туроператоров, туристов и населения дестинаций можно почерпнуть из мирового опыта организации экологического туризма [10, 11]. Подобные взаимоотношения участников туристического процесса – норма для туризма на особо охраняемых природных территориях Швеции, США, Канады, Австралии, Кении, Танзании, где проживают местные этнические сообщества, а также для агроэкологического (сельского) туризма в целом.

Научное изучение управления качеством предполагает различную трактовку понятия «качество услуг». При формировании туристической дестинации предполагается изучение экспертных оценок специалистов туристической индустрии, отчетных документов административно-управленческих структур исследуемого объекта, субъективного элемента качества «оценка качества услуг потребителями». На основе знакомства с результатами опросов потребителей туристических услуг из различных регионов Беларуси, приведенных в дипломных работах студентов Института туризма за несколько последних лет, мы сделали вывод о разном значении качества материальной, функционально-сервисной, нравственно-этической составляющей качества услуг для разных сегментов потребителей. Материальная составляющая качества услуг имеет большое значение для формирования туристического продукта. Разные виды туризма предполагают различную материальную базу. Для разных видов туризма и сегментов потребителей данная составляющая качества туристических услуг будет иметь разную степень значимости. Основным условием положительной оценки потребителем данной составляющей будет соответствие уровня качества его ожиданиям. Материальная составляющая туристических, гостиничных услуг, транспортной и другой инфраструктуры Беларуси в настоящее время, с одной стороны, устарела, с другой стороны, находится в стадии масштабной модернизации в связи с подготовкой к Чемпионату мира по хоккею 2014 года и в соответствии с общим планом развития регионов. Например, в результате исследования отзывов туристов по самому значительному сегменту средств размещения Минской областной дестинации – санаторно-курортным объектам (всего 105 специализированных организаций на 2011 год), были выявлены следующие проблемные вопросы, на которые обращают внимание туристы: устаревшая материальная база санаториев, ветхость мебели, устаревший дизайн, старая плохо работающая и часто ломающаяся техника; не соответствующий требованиям потребителей номерной фонд; неудобное расположение мест пляжно-купального отдыха или их отсутствие (побережий водоемов); свободный доступ на пляжи санаториев и территорию посторонних лиц; отсутствие материальной базы для организации досуга отдыхающих; отсутствие или низкое качество услуг для детей; наличие на территории санаториев разных по качеству корпусов, которые не сегментируются и продаются по одной цене; спортивные площадки не оборудованы или не используются, заброшены; дискомфорт от шума, производимого дискотеками или вечерними развлечениями отдыхающих на территории санатория, от шума производственных (кухонных и других) помещений.

Функционально-сервисная составляющая качества производимой продукции в сфере услуг имеет свою специфику. Разные виды обслуживания, входящие в турпродукт, могут иметь разное значение для потребителей. Низкий уровень функционально-сервисной составляющей качества может иметь масштабные последствия: от опоздания по туристскому маршруту до травм и летальных случаев. В тоже время, как правило, небольшие ошибки функционально-сервисного характера легко прощаются и забываются в случае их быстрого исправления и неповторения. Последнее утверждение имеет исключения для некоторых видов туризма (например, при организации делового туризма качество должно быть гарантированным). Специалисты в сфере туризма сходятся во мнении о пока еще низкой конкурентоспособности функционально-сервисной составляющей качества туристических услуг в Беларуси. Конкурентоспособность Минской областной дестинации, как и по Беларуси в целом, значительно снижает отсутствие комплексной информации не только о качестве ресурсов, инфраструктуры, но даже об их количестве, месторасположении. Например, в результате исследования ин-

формационных интернет-ресурсов по качеству и потенциалу агроэкологического туризма в стране студентам Института туризма удалось получить информацию только по 296 агроусадьбам, при том, что всего было зарегистрировано в стране на 5 апреля 2010 г. 884 усадьбы. Оказалось, что только 34 % агроусадьб имели на тот момент собственный и не всегда качественный сайт. Также большой проблемой является низкое качество услуг, здесь отличается гостиничный сектор, что подтверждается негативными отзывами со стороны потребителей, особенно тех, которые имеют опыт получения туристических услуг за рубежом.

Нравственно-этическая составляющая качества туристических услуг имеет большое значение для всех видов туризма и сегментов потребителей. Ошибки в организации туристических услуг нравственно-этического характера потребителями не прощаются и являются решающими для прекращения посещения конкретной дестинации. Культуральные несоответствия недопустимы. Данную составляющую качества туристических услуг можно назвать вероятностной и неочевидной, но весьма важной. Следует отметить, что в последнее время уделяется большое внимание нравственно-этической составляющей качества туристических услуг, как со стороны конкретных сотрудников, предприятий, так и индустрии туризма в целом. Особого внимания заслуживают взаимосвязанные причины и последствия: отношение к экологии, корпоративная культура и условия работы, действие компаний во время чрезвычайных ситуаций по отношению к туристам, учет национальных и этнических особенностей и предпочтений международных туристов, индивидуальная работа с потребителем, социальные взаимодействия с местным населением дестинации и другие.

К качеству туристических услуг необходимо подходить комплексно, все три составляющие имеют значение независимо от вида туризма и мотивов туристов. Только при условии положительной оценки всех трех составляющих качества услуг всех предприятий, участвующих в формировании турпакета, предприятий, представляющих сопутствующие услуги, гостеприимства местного населения можно говорить о высоком качестве услуг конкретной туристической дестинации, в которую потребитель будет возвращаться, рекомендовать ее для посещения знакомым. Именно с такой дестинацией комфортно работать добросовестным турагентам и туроператорам. Высокое (требуемое конкретным сегментом потребителя) качество услуг дестинации позволяет снизить влияние действий конкурентов, тем самым стабилизируя объем продаж, ведущий к повышению эффективности деятельности предприятий и улучшению экономических показателей туристической дестинации в целом.

1. Leiper, N. The framework of tourism: Towards a definition of tourism, tourist, and the tourist industry / N. Leiper // *Annals of Tourism Research*, № 6(4), 1979. – P. 390–407.
2. Зорин, А.И. Дестинация в контексте ЮНЕСКО / А.И. Зорин. – М.: РМАТ, 2011.
3. Павлова, Э.Н. Формирование имиджа туристической дестинации как педагогическая проблема / Э.Н. Павлова // *Дополнительное образование и воспитание / Туризм: наука и образование*. – 2007. – № 1 – С. 36–40.
4. Туристское ресурсоведение: учебник / А.С. Кусков [и др.]; под ред. А.В. Иванова. – М.: Университетская книга, 2011.
5. Бурьлова, Л. Г. Туристический потенциал регионов Российской Федерации: понятие, структура, оценка / Л.Г. Бурьлова, Д.П. Голиков, В.Г. Прудский. – Пермь: ПГУ, 2005.
6. Лукьянова, Л.Г. Рекреационные комплексы / Л.Г. Лукьянова, В.И. Цыбух. – Киев: Вища школа, 2004.
7. Морозов, М.А. Туристические дестинации и закономерности их развития: монография / М.А. Морозов. – М.: МИГМТ, 2005. – 155 с.
8. Котлер, Ф. Маркетинг. Гостеприимство. Туризм: учебник / Ф. Котлер, Дж. Боуэн, Дж. Мейкенз: пер. с англ. – 4-е изд. – М.: Юнити-Дана, 2007.
9. Львова, Т.В. Влияние качества туристических услуг на экономику дестинации (на примере города-курорта Сочи): автореф. дис. ... канд. экон. наук: 08.00.05; 07.12.2011 / Т.В. Львова; Сочинский государственный университет. – Сочи, 2011. – 22 с.
10. Штефан, Л.В. Экологический туризм: пособие / Л.В. Штефан, Д.А. Бессараб. – Минск: БГУФК, 2010.
11. Развитие устойчивого сельского туризма / сост. Л. Калитеня; пер. с англ. Ю. Полякова. – Минск: Юнипак, 2007.
12. Джанджугазова, Е.А. Маркетинг туристических территорий / Е.А. Джанджугазова. – М.: Академия, 2006.

ЭКОЛОГИЧЕСКИЙ ТУРИЗМ И ЕГО РОЛЬ В УСТОЙЧИВОМ РАЗВИТИИ ТЕРРИТОРИИ

Л.В. Штефан, канд. геол.-минерал. наук, доцент,

Институт туризма Белорусского государственного университета физической культуры,
Республика Беларусь

Одним из новых и наиболее динамично развивающихся секторов туристической отрасли является экологический туризм. К настоящему времени общепринятого определения экологического туризма не существует. Во многих источниках приводится определение, данное Обществом экотуризма (США): «Экотуризм – это путешествия в места с относительно нетронутой природой с целью, не нарушая целостности экосистем, по-

лучить представление о природных и культурно-этнографических особенностях данной территории; который создает такие экономические условия, когда охрана природы становится выгодной местному населению» [1].

От традиционного туризма экологический туризм отличается следующими признаками: преобладание природных объектов туризма, устойчивое природопользование, меньшая ресурсо- и энергоемкость, непосредственное участие в социально-экономическом развитии территорий, экологическое просвещение туристов.

Специфична и география экологического туризма. Если основные международные потоки традиционных туристов направлены из развитых стран в развитые, а среди принимающих стран лидируют Франция, США, Испания, Италия, то экотуристы направляются главным образом из развитых стран в развивающиеся: Кения, Танзания, Эквадор, Коста-Рика, Непал, страны Карибского региона и Океании, а также развитые страны тропиков: Австралия, Новая Зеландия и ЮАР. В странах Западной Европы и Северной Америки с емким экотуристским рынком развит внутренний экологический туризм [1].

Существуют два основных подхода к выделению экологического сектора туризма. В первом случае экологическим туризмом называют туризм, главным объектом которого является дикая природа. При этом большинство авторов отмечают сложность проведения границы между природой и традиционной культурой и наряду с природой включают последнюю в объекты экологического туризма. Но даже в этом случае емкость понятия «экологический туризм» полностью не исчерпывается. Широкое распространение получает туризм с целью отдыха на природе на территориях, измененных человеком. Это особенно характерно для США и стран Западной Европы, где коренных ландшафтов практически не сохранилось, а высокая потребность общения с природой удовлетворяется населением на территориях со «вторичной» природой. Такой туризм часто причисляется к разряду экологического, а его значение для охраны и восстановления среды, народных традиций и экономического развития становится в некоторых регионах решающим. В качестве примера можно привести агроэкологический туризм (посещение ферм и деревень с целью окунуться в атмосферу сельского образа жизни).

Другие исследователи приравнивают экологический туризм к понятию «устойчивый (или экологичный) туризм», который характеризуется природопользованием, не приводящим к деградации ресурсов, поскольку для восстановления и охраны последних используется часть выгод от его развития. При этом подходе объекты туризма могут быть как природного, так и искусственного происхождения.

В первом из упомянутых случаев зачастую в рекламных целях экотуризмом называют любой туризм на природе, когда в погоне за высокими прибылями его организаторы поступают на долгосрочных интересах. Такое положение вещей приводит к деградации среды и дискредитирует само понятие «экологический туризм». С другой стороны, в той или иной мере экологичными могут быть и отдельно взятые гостиницы, транспорт и другие звенья технологической цепочки туризма, который может иметь мало общего с экологическим (например, шоп-туры, деловой туризм). Это достигается применением экологичных технологий.

На наш взгляд, для выделения экологического туризма следует совместить оба упомянутых подхода. Этот сектор туризма лежит на пересечении природоориентированного (по объектам) и устойчивого туризма. Главной движущей силой интенсивного развития экологического туризма является быстро растущий спрос на рекреацию на природе, который определяется увеличением несоответствия среды обитания современного человека его физиологическим и психологическим потребностям. Удовлетворение этого спроса и, следовательно, успех развития экологического туризма, как никакой другой отрасли, зависит от качества окружающей среды, поскольку туристами ценится именно ее первозданность. Поэтому экологический фактор естественным образом становится экономической категорией: поддержание качества и первозданности окружающей среды (признак устойчивости) экономически выгодно. Эта выгода проявляется на относительно небольших промежутках времени, тогда как в других отраслях отрицательный экономический эффект от деградации природной среды чаще всего наступает не так скоро, обычно уже по истечении срока окупаемости проектов.

Таким образом, экологический туризм – это природоориентированный устойчивый туризм. Обе его характеристики определяются объективными причинами: природная ориентация – особенностями туристического спроса, а устойчивость – экономической выгодой поддержания качества окружающей среды. Отнесение части неэкологичного туризма к экотуризму объясняется тем, что чаще всего трудно проследить четкую грань между устойчивой и неустойчивой хозяйственной деятельностью.

Экологический туризм является сектором туризма, наиболее близким к окружающей среде в ее широком понимании. Это выражается в более тесных связях со многими сферами, важными для устойчивого развития отдельных территорий и мировой системы в целом. Концепция устойчивого развития получает особую актуальность в условиях современного экологического кризиса. С развитием экологического туризма связаны смена моделей природопользования, оно способствует охране природы и культуры, социальному и экономическому развитию. Эти элементы образуют систему и взаимно влияют друг на друга. Отрасль не только пользуется благами своего развития, но испытывает влияние других секторов социально-экономической сферы и создает собственные внешние эффекты.

Развитие экологического туризма приводит к рационализации землепользования. Многие территории в случае их туристского использования дают намного больший доход, чем при использовании их под сельское хозяйство и промышленность. Особенно это касается регионов с сельским хозяйством на малопродуктивных почвах. На многих территориях экотуризм может стать существенным подспорьем для сбалансированного развития хозяйства, как это имеет место в отдельных сельскохозяйственных районах развитых стран.

Одна из важнейших проблем устойчивого развития – использование биологических ресурсов. В подавляющем большинстве случаев экотуризм в отличие от других видов использования не приводит к их физическому уничтожению. Он часто оказывается альтернативой лесозаготовкам и широкомасштабной охоте. Использование некоторых животных в качестве объектов экологического туризма фактически спасает их от полного уничтожения (львы, носороги, слоны и другие животные Африки). Это касается не только животных и растений, но и экосистем и природных комплексов в целом. С другой стороны, при неграмотном планировании туристическая нагрузка, рост популярности «сувениров от дикой природы» могут пополнить причины исчезновения отдельных видов и нарушения природных комплексов. Редкие виды и экосистемы территорий можно рассматривать как жизненный ресурс для местных общин, поэтому их охрана связана с охраной культуры [2, 3].

Огромный вклад в охрану природы экологический туризм вносит через поддержку особо охраняемых природных территорий (ООПТ), играющих большую роль в сохранении экологического баланса планеты. Экотуризм является важным источником финансирования таких территорий. Получение прибыли, часть которой идет на местные нужды, поднимает авторитет ООПТ в глазах местного населения и правительств.

Экологический туризм требует меньших затрат материальных ресурсов на единицу стоимости продукта. Особенно это относится к туризму, при котором условия быта наиболее приближены к природе и местному производству (традиционные жилища вместо роскошных отелей, экологичные местные продукты вместо дорогих импортных). Объектом экологического туризма нередко становится традиционная культура. С этим связано создание особого рода охраняемых территорий, где предпринимаются меры по охране традиций и устоев. Процесс глобализации приводит к вытеснению традиционной культуры, которая во многих случаях нежизнеспособна и исчезает под напором культуры массовой. Культурное разнообразие является одним из важнейших условий устойчивости общественного развития.

Тесное взаимодействие туристов с традиционной культурой ведет к росту межкультурного понимания и уважения. Часто туристов не беспокоят проблемы и особенности аборигенных культур, особенно при преобладании пляжного туризма. Иногда развитие туризма проходит в конфронтации с местным населением. Экотуристы наиболее тесно контактируют с местной культурой.

В случае грамотного развития экологического туризма это приводит к осознанию великого разнообразия культур планеты, пониманию их хрупкости и уважению традиций.

Показателем устойчивости развития является психическое и физическое здоровье человека. В случае экологического туризма психическое и физическое восстановление как внешний эффект включает разрядку напряжения, возникающего в индустриальной среде. Активный отдых, общение с природой значительно повышают жизне- и работоспособность человека.

В ходе развития экологического туризма происходит обмен информацией, передача технологий, главным образом из развитых стран («стран предложения») в развивающиеся («страны спроса»). Причем процесс тем эффективнее, чем более «страны предложения» вовлечены в предоставление услуг, иначе туроператоры развитых стран привозят свои технологии и пользуются ими эксклюзивно.

Передача информации связана с ростом образовательного уровня как экотуристов, так и населения развивающихся стран. Рост образовательного уровня – необходимый вклад в увеличение человеческого капитала – является не только условием устойчивого развития, но и экономического роста, и ведет к отказу от неэкологических традиций и заблуждений (например, относительно сомнительных выгод от рождения как можно большего числа детей) [4].

Успешное развитие экологического туризма невозможно без создания социальных структур и институтов. Это соответствующие министерства (туризма, охраны среды и др.) в правительствах, местные комитеты и департаменты, общественные и научные организации. Внешний эффект в этой сфере – ускорение общественного развития, так как подобные организации способны решать разные задачи. С совершенствованием этих структур связано наращивание так называемого социального капитала.

Экотуризм открывает определенные перспективы для экономического развития. Рост туристических потоков вносит свой вклад в экономическую интеграцию мирового хозяйства, процесс, позволяющий более эффективно использовать ресурсы планеты. Однако действительно существенная выгода от этого достигается лишь в том случае, когда местные общины и страны в целом активно вовлечены в проекты развития. Для экологического туризма характерна большая, нежели для традиционного туризма и многих других отраслей, степень вовлечения местных общин [5].

Это напрямую связано с созданием рабочих мест. Традиционно иностранные туроператоры, владельцы туристических предприятий неохотно берут представителей местного населения на работу, особенно ту,

что требует высокой квалификации. Развитие экологического туризма часто невозможно без использования особых знаний и навыков, которыми владеет только местное население. Привлечение населения в качестве рабочей силы – важный внешний эффект реализации экотуристских проектов, который становится одной из движущих сил устойчивого развития местных экономик. Попытки же создания рабочих мест в традиционных малоэффективных и природоемких отраслях могут непомерно увеличить нагрузку на окружающую среду. К тому же экологический туризм более трудоемок, поскольку связан с организацией активной туристической деятельности. При значительных темпах роста отрасль вносит определенный вклад в решение проблемы занятости.

Бытовое обеспечение туристов требует продуктов сопряженных отраслей. Эти продукты часто завозятся из других стран. Но в случае, если местные продукты (питание, жилище, транспорт и т. д.) входят в специфику туристического предложения, а страна делает попытки наладить их производство у себя, постепенно она может добиться в этом определенных успехов. Это стимулирует развитие других отраслей и придает экономике страны большую степень устойчивости. Также создаваемая при развитии туризма инфраструктура может быть использована для нужд местного населения и для развития экономики. Благоприятно сказываются на развитии экономики и платежный баланс страны поступления от туризма в государственный бюджет, особенно конвергируемой валюты. Однако рост благосостояния местного населения возможен лишь в том случае, когда определенная часть средств от туризма остается на территории. Это достигается наймом местных работников, исключением излишних посредников при продаже туристического продукта, созданием экономических и правовых механизмов, при которых средства идут напрямую в местные бюджеты [5].

Большинства благоприятных внешних эффектов от развития экологического туризма, содействующих устойчивому развитию территории, можно добиться лишь при комплексном подходе к планированию и управлению его развитием. На местном уровне наибольшая эффективность достигается там, где формируются территориально и функционально организованные рекреационные районы, специализирующиеся на предоставлении экотуристских услуг.

1. Штефан, Л.В. Экологический туризм: пособие /Л.В. Штефан, Д.А. Бессараб. – Минск: БГУФК, 2010. – 101 с.
2. Сергеева, Т.К. Экологический туризм: учебник / Т.К. Сергеева. – М.: Финансы и статистика, 2004. – 360 с.
3. Осадин, Б. Гораздо больше, чем туризм: Экологический туризм / Б. Осадин // Туризм: практика, проблемы, перспективы. – 2001. – № 6. – С. 52–53.
4. Панов, И.Н. Экологический туризм и его роль в устойчивом развитии территории // Вестник СГУ. – Сер. 5. География. – 1998. – № 6. – С. 13–18.
5. Мозговая, О.С. Инструменты управления развитием экологического туризма в регионах мира / О.С. Мозговая // Белорусский журнал международного права и международных отношений. – 2009. – № 2. – С. 23–34.

РАЗРАБОТКА И ВНЕДРЕНИЕ ТЕХНОЛОГИИ РЕКРЕАЦИОННОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ БОУЛИНГ-КЛУБОВ

Е.В. Андреева, К. Пацалюк,

Национальный университет физического воспитания и спорта Украины,
Украина

Новые условия социально-экономического и культурного развития, процессы гуманизации общества, в том числе сферы физической культуры и спорта, выдвинули на первый план вопросы о поиске новых форм клубной работы, которые могут реализовать широкий комплекс социально-педагогических задач, возникающих перед физкультурно-оздоровительным движением Украины [1]. Анализ теоретических научных работ зарубежных и отечественных исследователей [2–5], касающийся вопросов рекреационной деятельности, показал, что во многих странах осуществляются систематические фундаментальные и прикладные исследования по данной тематике, которые свидетельствуют, что на современном этапе физкультурно-оздоровительные клубы являются необходимой и перспективной формой работы в сфере физической культуры и спорта, их значение в организации рекреационной деятельности возрастает. Мировой клубный опыт свидетельствует, что преимущество в организации рекреационной деятельности с населением предоставляют учреждениям клубного типа. Новая концепция клубной деятельности формируется с учетом рекреационных интересов личности, создаются условия для возникновения разнотипных клубов. Вместе с тем изучение состояния и тенденций развития рекреационно-оздоровительной деятельности показало отсутствие педагогически обоснованной системы организации рекреационных занятий в физкультурно-оздоровительных боулинг-клубах, и, соответственно, социально-педагогических условий их организации. На сегодняшний день не обобщен и не систематизирован опыт разработки и внедрения в практику новых форм работы физкультурно-оздоровительных боулинг-клубов, что обуславливает актуальность исследований.

Цель исследования – обосновать этапы и содержание технологии рекреационной деятельности и определить эффективность ее внедрения в практику физкультурно-оздоровительных боулинг-клубов.

Для решения поставленных задач применялись методы исследования: теоретический анализ и обобщение литературных источников и документальных материалов; педагогические методы; социологические методы; метод экспертной оценки; методы оценки психоэмоционального состояния; методы оценки двигательной активности; методы математической статистики. В исследованиях приняли участие 208 посетителей и 30 сотрудников административного состава.

Результаты исследования и их обсуждение. Как свидетельствует мировой опыт, рост уровня рекреационного обслуживания невозможен без соответствующего развития индустрии досуга и рекреации. Анализ теоретических работ зарубежных и отечественных ученых по вопросам развития рекреационной деятельности позволил выявить новые функциональные возможности физкультурно-оздоровительных клубов в организации рекреационных мероприятий. Существенным признаком современных инновационных процессов в рекреации и оздоровительной физической культуре является их технологизация – неуклонное соблюдение содержания и последовательности этапов внедрения нововведений. Важным направлением развития рекреационной деятельности в физкультурно-оздоровительных клубах является создание технологии рекреационной деятельности с использованием широкого спектра средств, с привлечением разных социальных групп населения.

Учитывая высокую популярность видов рекреационной деятельности, перспективность развития клубов рекреационно-оздоровительного направления, было исследовано развитие боулинг-клубов в Украине и возможность внедрения рекреационной деятельности в структуру работы этих учреждений. Большинство экспертов (88 %) отмечают необходимость развития и увеличения доли рекреационной деятельности в практической работе физкультурно-оздоровительных клубов, поскольку увеличивается ее привлекательность среди населения. Согласно статистическим данным Всеукраинской федерации спортивного боулинга, начиная с 2004 года, отмечается позитивная динамика физкультурно-оздоровительных боулинг-клубов. На сегодняшний день в Украине функционируют 94 боулинг-клуба, общее количество дорожек составляет 790, что соответствует среднеевропейскому урону. В целях определения основных направлений работы физкультурно-оздоровительных боулинг-клубов был проведен анализ их содержания и направлений деятельности. Исследования показали, что физкультурно-оздоровительная и рекреационная деятельность занимает ведущее место в структуре деятельности физкультурно-оздоровительных клубов (54 %).

Опрос посетителей физкультурно-оздоровительных клубов показал, что большинство респондентов за последние три года принимали участие, как минимум, в одном из видов рекреационных занятий. В результате исследования определены приоритетные мотивы субъектов в физкультурно-рекреационной деятельности, исследована иерархия мотивов у посетителей рекреационных мероприятий физкультурно-оздоровительных объединений, выделен ряд внешних и внутренних факторов, которые влияют на формирование ценностных ориентаций субъектов рекреационной деятельности. Установлено, что рекреационные игры, развлекательные и анимационные мероприятия являются одними из преобладающих видов занятий для женщин (23,7 %) и для мужчин (50 %). Наиболее распространенными мотивами являются те, которые в большей мере относятся к рекреационной деятельности: так среди женщин (92 %) и мужчин (58 %) отмечают снижение стресса и депрессии, получение удовольствия от занятий (70 % у женщин и 52 % у мужчин), улучшение самочувствия (62 % у женщин и 70 % у мужчин). Для оценки коэффициента двигательной активности мы определяли типичный режим дня посетителей физкультурно-оздоровительных клубов. В результате исследования установлено, что большинство посетителей физкультурно-оздоровительных клубов (>70 %) имеют низкий и ниже среднего уровень двигательной активности. Таким образом, низкая двигательная активность, с одной стороны, и появившийся спрос на рекреационные занятия среди населения, посещающего физкультурно-оздоровительные клубы, с другой, обусловили необходимость разработки технологии рекреационной деятельности в условиях клуба.

На основе оценки направлений деятельности и экспертного опроса разработана технология рекреационной деятельности. Структура и содержание технологии рекреационной деятельности представлена на рисунке. Технология рекреационной деятельности базируется на трех содержательных структурных компонентах: «организационном», «содержательно-методическом» и «мотивационно-ценностном», единство которых придает ей целостность и завершенность. Объектом внедрения технологии рекреационной деятельности выступил физкультурно-оздоровительный боулинг-клуб «Бруклин» г.Киев.

На первом этапе (аналитически-обобщающем) был проанализирован опыт организации рекреационной деятельности в физкультурно-оздоровительном клубе и проведен анализ состояния организации рекреационной деятельности. Было выявлено, что квалификация кадров позволяет внедрение технологии. Основным элементом рекреационной технологии является разовое организованное мероприятие развлекательного характера. Рекреационные средства не имеют надлежащего разнообразия, не учитываются их интересы, потребности и мотивы посетителей. Реализационный этап предусматривал определение и апробацию технологии реализации рекреационной деятельности, обеспечение необходимых ресурсов для внедрения. Результативно-оценочный этап предусматривал подведение итогов, оценку результатов рекреационных программ. На диагностически-конструирующем этапе осуществляли комплексную социологическую, психолого-педагогическую диагностику клиентов, учитывая реальные интересы, возрастные особенности. Содержательно-деятельностный этап предусматривал организацию и реализацию рекреационных и анимационных программ; подбор средств, методов, параметров занятий, которые обеспечивают достижение запланированных результатов. Для решения поставленных задач были разработаны программы рекреационных занятий и созданы сценарии анимационных мероприятий. Контрольно-коррекционный этап предусматривал оценку эффективности предложенной системы занятий по разработанным критериям. Мотивационно-ценностный компонент предусматривал реализацию трех этапов стартово-мотивационного, рефлексивного и эмоционально-волевого, которые включали побуждение, мотивацию к деятельности, постановку цели, выбор вида рекреационной деятельности.

Анализ рекреационной деятельности боулинга-клуба «Бруклин» показал, что участие в рекреационных и анимационных программах существенно повлияло на количество посещений физкультурно-оздоровительного клуба. Положительная динамика определялась по всем исследуемым параметрам, а именно: количество посещения занятий среди мужчин увеличилось в 2 раза, у женщин – в 1,5. Нами был исследован коэффициент двигательной активности посетителей физкультурно-оздоровительного клуба.

Установлено, что после шести месяцев посещений физкультурно-оздоровительного клуба наблюдалось достоверное увеличение индекса двигательной активности ($p < 0,05$), с $35,8 \pm 1,17$ до $40,3 \pm 1,24$ – у мужчин и с $33,87 \pm 1,9$ до $36,31 \pm 1,43$ – у женщин.

Педагогический эксперимент подтвердил эффективность разработанной технологии, о чем свидетельствуют лучшие количественные изменения показателей психоэмоционального состояния: как у мужчин, так и у женщин повысилась оценка показателей самочувствия, активности и настроения; улучшение показателей умственной трудоспособности после эксперимента наблюдается у всех, кто принимал участие в исследованиях. Так, у мужчин наблюдаются достоверные изменения в умственной работоспособности, которые проявляются в улучшении показателей на 19 % (179 усл. ед); у женщин – на 21 % (195 усл. ед.). После внедрения технологии рекреационной деятельности в физкультурно-оздоровительном клубе наблюдалось снижение затратности на проведение мероприятий на 16 % за счет уменьшения количества обслуживающего персонала, эффективной организации процесса, уменьшения времени на подготовку анимационного мероприятия, увеличения количества участников рекреационных программ. Наиболее высоко посетители оценили положительные изменения в таких мероприятиях: режим работы; система рекреационных услуг; прозрачность в афи-

шировании достижений; доступность и открытость участия в предложенных мероприятиях; индивидуальная, профессиональная поддержка участия. Также участниками программ отмечаются положительные изменения в расписании занятий, которые носят более гибкий характер, учитывают запросы клиентов. В результате внедрения технологии организации рекреационно-оздоровительной деятельности в физкультурно-оздоровительном клубе наблюдалось повышение мотивации к рекреационным программам и к физкультурно-оздоровительным занятиям в целом. Так, после шести месяцев посещений физкультурно-оздоровительного клуба ни один из участников программы исследований на прекратил занятия. Напротив, с начала действия программы увеличилось количество посетителей (на 9 %), которые желали принимать участие в рекреационных и анимационных мероприятиях, повысился процент посетителей (на 7 %), которые стали дополнительно заниматься другими видами рекреационной деятельности.

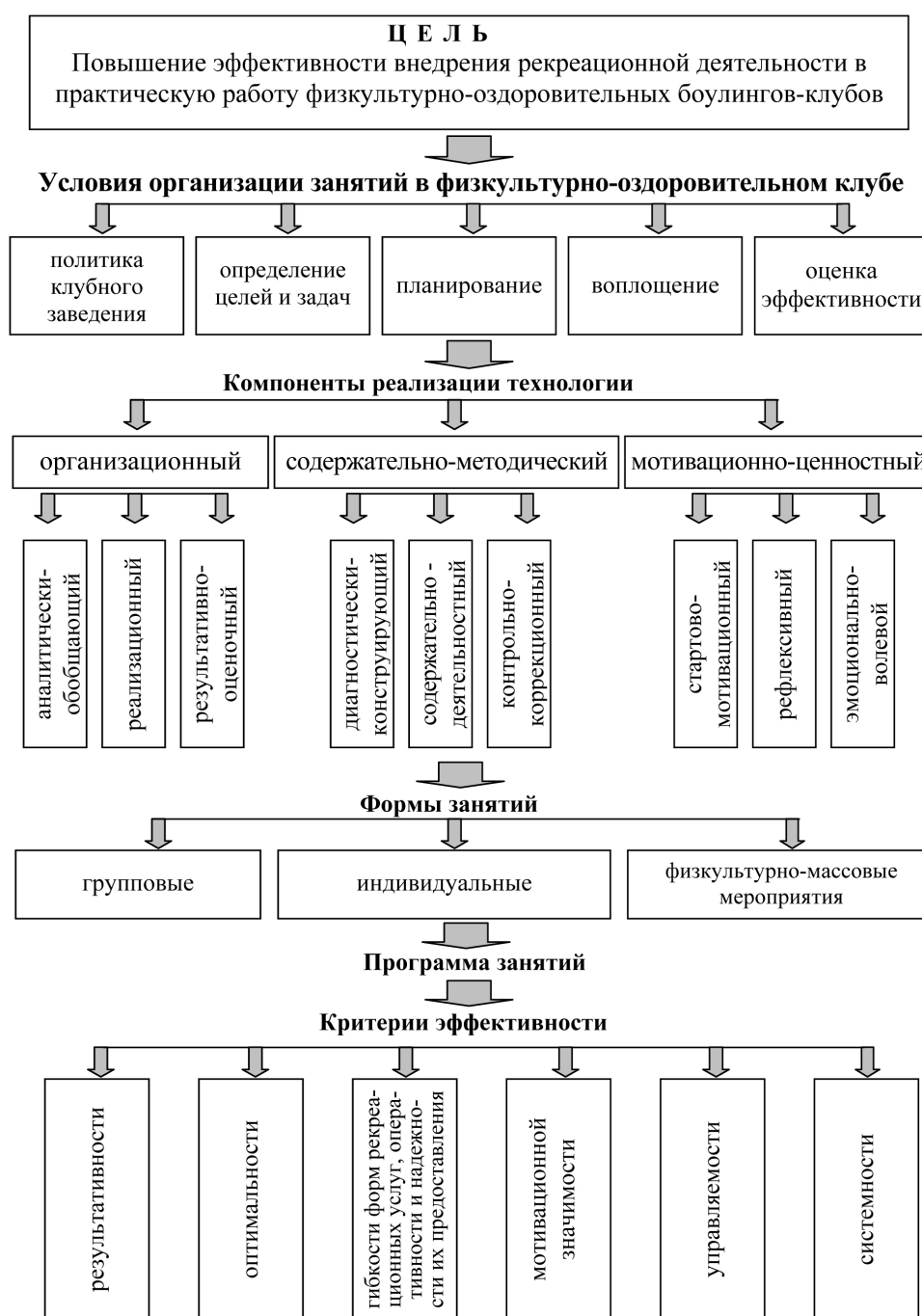


Рисунок – Структура и содержание технологии рекреационной деятельности в условиях физкультурно-оздоровительного боулинг-клуба

Выводы. Представленные данные свидетельствуют об эффективности предложенной технологии организации рекреационной деятельности.

1. Дутчак М.В. Спорт для всіх в Україні: теорія і практика / М.В. Дутчак. – Київ: Олімпійська література, 2009. – 279 с.
2. Круцевич Т.Ю. Рекреація у фізичному вихованні різних груп населення // Т. Ю. Круцевич, Г. В. Безверхня. – Київ: Олімпійська література, 2010. – 200 с.
3. Мічуда Ю.П. Сфера фізичної культури і спорту в умовах ринку: закономірності функціонування та розвитку / Ю.П. Мічуда. – Київ: Олімпійська література, 2007. – 216 с.
4. Холзер А.Н. Технология формирования условий проведения занятий и повышение их оздоровительной эффективности в крытых физкультурно-спортивных сооружениях: автореф. дис. ... д-ра пед. наук: 13.00.04 / А.Н. Холзер; РГУФК. – М., 2009. – 50 с.
5. Russell R.V. Leisure program planning and delivery / R.V. Russell, L.M. Jamieson. – Human Kinetics, 2008. – 264 p.

АВТОБУСНЫЙ ТУР: ДАЛЬНЯЯ ПРАКТИКА ПО МЕРИДИАНУ

З.А. Атаев, д-р геогр. наук, доцент,
НОУ ВПО «Современный технический институт»,
Российская Федерация

Сегодня широкое развитие в вузовском образовании России приобрела подготовка специалистов для третичного сектора экономики. Правда, сам факт бурного развития индустрии сервиса и туризма в условиях стагнации производственной сферы вызывает массу вопросов. Однако этот предмет далеко выходит за пределы заявленной темы. В рамках реформы и перехода к многоуровневой системе высшей школы ставится задача максимального соответствия содержания образования окружающим реалиям жизни.

Аксиоматично, что в индустрии туризма закрепляют триаду «знания – навыки – умения» (или, как сейчас принято это называть, – компетенций) наиболее результативно в ходе полевых практик. Вместе с тем далеко не все специалисты владеют необходимыми навыками организации и проведения таких мероприятий. Наиболее сложной по организации и проведению выступает такая форма, как автобусный тур, дальний по расстоянию, многодневный по срокам и автономный по уровню организации полной независимости (самообеспеченности) группы.

В настоящей работе предлагается рассмотреть авторский вариант организации и проведения автономного автобусного тура по маршруту (меридиану) по территории России (таблица 1). Предлагаемый вариант тура многократно и с разными вариациями апробирован в ходе проведения практики со студентами географического факультета РГУ им. С.А. Есенина (2003–2008 гг.).

Практика в полевой форме – это содержательная форма учебно-познавательной деятельности студентов. Она преследует четыре основные цели. Познавательная цель включает знакомство с историческими, хозяйственными, природными и туристско-рекреационными объектами по маршруту. Одновременно приобретаются навыки проведения комплексных исследований. Воспитательная цель реализуется в ходе посещения музеев, выставок, местных достопримечательностей и т. д. Продуманный отбор объектов посещения расширяет общий кругозор, позволяет воспитывать чувство патриотизма, способствует формированию личностных качеств (ответственность, умение работать в группе, коллективизм), что особенно актуально в современных условиях идеологического вакуума. Общественно-полезная цель реализуется при выполнении экспедиционных заданий, имеющих практическую значимость для региона. Оздоровительная цель предусматривает активный отдых студентов. Сегодня не секрет, что большая часть студентов не имеет возможностей для летнего полноценного отдыха, а в маршруте только два моря: Азовское и Черное.

Задачи и содержание практики определяют необходимость: привития умений организации и проведения полевых выходов (походы, экспедиции); приобретения навыков ведения маршрутных исследований; обучение методам сбора, обработки, анализа и обобщения материалов; закрепления умений сопоставлять свои наблюдения с содержанием учебной и научной литературы; развития комплексного мышления; повышения уровня профессиональных компетенций; углубления и закрепления знаний по учебным курсам.

Практика проводится в форме автобусного маршрута (автобус ПАЗ, вместимость 24 чел.). Состав группы включает руководителя практики и студентов (не более 15–16 чел.). Выбор «меридионального» маршрута, определяется богатством его физико-географического, экономико-географического и туристско-рекреационного разнообразия, транспортной доступностью и проходимостью по графику. Средняя скорость передвижения автобуса принята, исходя из «Правил техники безопасности перевозки учащихся» и характера трассы (на Черноморском побережье Кавказа серпантинный тип дорог – 40–50 км/ч.). Дневки запланированы только в точках концентрации объектов, «ключевых» для туристско-рекреационного исследования. Расчет общего времени 21 день (18 дней на полевой период). В ходе полевого периода запланировано время на камеральную обработку материалов. Поэтому на окончательное оформление группового отчета и на подведение общих итогов практики отведено всего два дня.

Таблица 1 – Маршрутный график практики: Рязань – Сочи – Адыгея – Рязань

Маршрут (последний пункт перечня соответствует месту ночевки)
1–2-й день. г. Рязань – Михайлов – с. Гремячее, Тульская обл. – г. Кимовск – Епифань – Куликово поле, кольцо – Грибоедово, Липецкая обл. – г. Данков – пос. Лебедянь – г. Липецк – выход на трассу М4 у пос. Хлевное – г. Воронеж, с выходом на Новую Усмань – г. Лиски – г. Павловск – г. Богучар – г. Миллерово, Ростовская обл. – г. Каменск-Шахтинский – г. Шахты – г. Новочеркасск – г. Ростов-на-Дону – г. Батайск – станица Кущевская, Краснодарский край – станица Павловская – г. Кореновск – по городскому кольцу Краснодара на запад – г. Славянск на Кубани – г. Темрюк – Ахтанизовский маяк на Азовском море – автокемпинг «Пересыпь», Азовское море. Общий пробег = 1480 км при средней скорости 50 км/ч, или ~ 30 часов хода. <i>Объекты изучения:</i> маршрутные наблюдения
3-й день. Пересыпь – г. Темрюк – Пересыпь = 30 км. <i>Объекты изучения:</i> ЭГХ и микрогеография г. Темрюк, морской порт, историко-археологический музей, коньячный завод. Резервные объекты изучения: оз. Голубицкое у ст. Голубицкая (лечебные грязи), в 50 м море, винзавод
4-й день. Пересыпь – г. Темрюк – станица Старотитаровская – г. Темрюк – Пересыпь = 100 км. <i>Объекты изучения:</i> ЭГХ и микрогеография станицы Старотитаровская, местный винзавод. Резервные объекты изучения: вулкан Тиздар $h = 74$ м по пути на Керченский пролив у пос. «За Родину» (10 км от автокемпинга Пересыпь), это грязевая сопка в 150 м от моря, кратер диаметром 15–20 м. (рядом душ, раздевалка, кафе). Катерная экскурсия в «Долину Лотосов»
5-й день. Автомобильный кемпинг «Пересыпь» – г. Анапа – Цемдолина – пос. Абрау-Дюрсо – г. Новороссийск – Геленджик – пос. Джубга – пос. Лермонтово, автокемпинг. Общий пробег = 286 км при средней скорости 40 км/ч (серпантин), или ~ 7 часа хода. <i>Объекты изучения:</i> ЭГХ и микрогеография пос. Абрау-Дюрсо. Завод и музей шампанских вин «Абрау-Дюрсо». Резервные объекты изучения: ЭГХ и микрогеография г. Новороссийск, крейсер-музей «Михаил Кутузов», исторический музей и музей истории цемента. Малая Земля, Долина Смерти, Мысхако
6-й день. Автокемпинг в пос. Лермонтово – пос. Небуг – Туапсе – пос. Аше – пос. Лазаревское – пос. Салоники – пос. Головинка – пос. Дагомыс – Центральное Сочи – Адлер. Общий пробег = 213 км при средней скорости 40 км/ч (серпантин) ~ 5 часов хода. <i>Объекты изучения:</i> ЭГХ и микрогеография пос. Дагомыс чаесовхоз и чайная фабрика, природный объект «Дагомысские корыта». Резервные объекты изучения: в пос. Небуг самый крупный в России аквопарк «Дельфин», у пос. Аше природный объект «Мамедово ущелье». В пос. Салоники министочник, за поселком на р. Цухцвадже самшитовое ущелье и вдп. «Чудо-Красотка» (можно искупаться). В пос. Головинка «Тюльпанное дерево»
7-й день. Адлер, день камеральной обработки материалов
8-й день. Адлер – пос. Казачий Брод – Адлер. Пробег = 50 км. <i>Объекты изучения:</i> ЭГХ и микрогеография Адлер, обзорная экскурсия, форелеводческий завод «Адлер». Резервные объекты изучения: питомник Института приматологии РАН (с. Веселое на границе с Абхазией), Ахштырская пещера, субтропический парк «Южные культуры» (Адлер)
9-й день. Адлер – Красная Поляна – Адлер (45). Пробег = 100 км при скорости 40 км/час (серпантин). <i>Объекты изучения:</i> ЭГХ и микрогеография пос. Красная Поляна. Гидротехнический каскад: Краснополянская ГЭС деривационного типа (р. Мзымта), бассейн суточного регулирования и малая-ГЭС (приток, р. Бешенка). Резервные объекты: Государственное опытно-племенное хозяйство пчеловодства «Горный Сад» в пос. Эсто-Садок (одна из крупнейших пасек в Европе, филиал ВНИИ пчеловодства РАСХН в г. Рыбное Рязанской области), водопад «Девичьи слезы», санаторий «Чвижепсе» (нарзан, схожий с кисловодским), экскурсия в пос. Красная Поляна «Три источника» (5 км) – это аналоги водам «Боржоми», «Нарзан» и «Ессенти»
10-й день. Адлер – Красная Поляна – Адлер. Пробег = 100 км или ~ 2 часа хода. <i>Объекты изучения:</i> Красная Поляна. Экстремальный сплав на рафтах по горной р. Мзымта (Бешеная), длина маршрута – 15 км (3-я категория сложности сплавной «белой» реки). Маршрут и инструктора лицензированы
11-й день. Адлер – Центральное Сочи – Адлер. Пробег = 100 км или ~ 2 часа хода. <i>Объекты изучения:</i> Центральное Сочи, «Дендрарий». Резервные объекты: гора Ахун ($h=663$ м) с 30 метровой смотровой башней, природный объект «Ореховский водопад» (28 м)
12-й день. Адлер – Центральное Сочи – Адлер. Пробег = 100 км или ~ 2 часа ходу. <i>Объекты изучения:</i> ЭГХ и микрогеография Центрального Сочи, обзорная экскурсия по городу, музей истории города-курорта Сочи. Резервные объекты: Агурское ущелье (каньон, каскад водопадов, Орлиные скалы). Воронцовские пещеры (600 м): «Пантеон», грот «Прометей» (сталактиты, сталагмиты, сталагматы), реликтовая тисо-самшитовая роща (Хост) на юго-восточном склоне горы Ахун (тис высотой 30 м)
13-й день. Адлер, день камеральной обработки материалов, подготовка к отъезду
14-й день. Адлер – г. Туапсе – Шаумянский пер., 336 м – г. Хадзыженск – г. Апшеронск – Адыгея, г. Майкоп – пос. Каменноостровский – турбаза-лагерь «Горная легенда». Общий пробег = 364 км при средней скорости 40 км/ч (серпантин), или ~ 9 часов хода. <i>Объекты изучения:</i> Маршрутные наблюдения. Объект посещения: Хиджонская теснина
15-й день. Лагерь-турбаза «Горная легенда» – г. Майкоп – лагерь «Горная легенда». Пробег = 100 км при скорости 50 км/ч (серпантин), или ~ 2 часа хода. <i>Объекты изучения:</i> ЭГХ и микрогеография г. Майкоп, обзорная экскурсия по городу, МайГЭС, водопады Руфабго. Резервной объект изучения: ОАО «Картонтара» (Майкоп)

16-й день. Лагерь «Горная легенда» – Азишская пещера – мост на р. Белая – Гранитный каньон, пос. Гузерипль – мост на р. Белая – водопады Руфабго – лагерь «Горная легенда». Пробег = 184 км при скорости 40 км/ч (серпантин), или ~ 5 часов хода. <i>Объекты изучения:</i> ЭГХ и микрогеография пос. Гузерипль, Азишский хребет и Азишская пещера, Гранитный каньон (р. Белая), малая – ГЭС (р. Мулчепа, пос. Гузерипль). Резервной объект действия: Водно-экстремальный сплав на рафтах по горной р. Белая, длина маршрута сплава – 10 км (3-я категория сложности). Маршрут и инструктора лицензированы
17–18-й день. Лагерь «Горная легенда» – г. Майкоп – г. Белореченск – г. Усть-Лабинск, Краснодарский край — г. Кореновск – станица Павловская – станица Кушевская – Ростовская обл., кольцо перед г. Батайск – г. Новочеркасск – г. Шахты – г. Каменск-Шахтинский – г. Миллерово – Воронежская обл., г. Богучар – г. Павловск – г. Лиски – г. Воронеж – г. Липецк – пос. Лебедянь – г. Данков – Тульская обл., Куликово поле – г. Кимовск – Рязанская обл., г. Михайлов – г. Рязань. Общий пробег = 1438 км при средней скорости 50 км/ч, ~ 29 часа ходу. <i>Объекты изучения:</i> маршрутные наблюдения
Итого общий пробег = 4655 км, но общий пробег с запасом принят = 5000 км

Состав команды включает учебную группу. Староста экспедиционной группы назначается преподавателем. Команда делится на учебные бригады в составе 3–4 человек (основное звено на практике), бригада избирает своего бригадира. Староста, по согласованию с преподавателем, закрепляет среди студентов обязанности: секретарь команды (групповая документация); санинструктор (комплектация походной аптечки); завхоз (обеспечение инвентарем, инструментом, продуктами); штурман группы (обеспечение группы картографическим материалом, навигационными приборами, прокладка и расчет курса, контрольные функции по его выполнению); инструктор по туризму (обеспечение туристическим снаряжением); костровой группы (ответственный за организацию лагерной костровой площадки и сам костровой инвентарь); фотограф; организатор досуга.

Успешность проведения практики зависит от тщательности предварительной подготовки, пунктуальности выполнения графика и неукоснительного соблюдения дисциплины. В программе практики выделяют три основных этапа: подготовительный, полевой и этап оформления собранного материала (камеральный). Предварительно на заседании кафедры утверждается программа, график и маршрут полевой практики. Участники группы должны получить медицинское заключение о возможности их участия в избранной форме практики. Примерно за месяц до выезда деканом факультета заверяется окончательный список учебной группы. На собраниях студентов обсуждается маршрут, проводится ознакомление с задачами практики, методикой заполнения и ведения дневников, студенты получают индивидуальные (бригадные) задания.

Учебно-методическая подготовка практики включает ознакомление студентов с методами и приемами работы в полевых условиях. Изучение маршрута и района практики, программы и формами отчета. Составление комплексных профилей, характеристики разномасштабных природно-территориальных и территориально-производственных комплексов, оценка экологической ситуации, крупномасштабное («срезовое») социально-экономическое и туристско-рекреационное районирование и т. д.

Техническая подготовка практики предполагает подбор учебных материалов, приборов и оборудования. На каждую учебную бригаду готовится отдельный комплект учебного и картографического материала (таблица 2).

Таблица 2 – Картографический материал и учебная литература на практике

1. Программы учебных специальных дисциплин 2-го курса географического ф-та МГУ им. М.В. Ломоносова / под ред. В.И. Кружалова [и др.]. – М.: Изд-во Географического ф-та МГУ, 1999
2. Сочи: страницы прошлого и настоящего: иллюстрированный сборник статей / Музей истории города-курорта Сочи; сост. В.Г. Антонюк. – Сочи: Деловой Сочи, 2003
3. Черноморский путеводитель. – № 4. – 2003
4. Курорт Большой Сочи: Справочник. – Сочи: Изд. Дом «Симон-пресс», 2003
5. Позднышева С.И. Хаджох – Гузерипль – Лаго-Наки. – ОАО Адыгея, 2005
6. Атлас автомобильных дорог России. – М.: Тривиум, 2002
7. Топографические карты и атласы: Рязанская обл. (1:200 000), Тульская обл. (1:200 000), Липецкая обл. (1:200 000), Воронежская обл. (1:200 000), Ростовская обл. (1:200 000), Краснодарский край и Адыгея (1:200 000), Сочи: Центральный р-н: Дагомыс (1:1500), Красная Поляна (1:50 000 и 1:100 000)

Автономность команды определяется продуманным комплектованием группового и индивидуального туристического снаряжения (таблицы 3–4). Пренебрежение перечнем (по опыту практик), «в поле» неизбежно создает серьезные проблемы. Маршрут предполагает полную независимость группы, т. е. в автобусе продукты питания, «гостиница» (палатки), аптечка и вплоть до запаса дров для костра (чем дальше на юг, тем больше проблем с костровым топливом).

Таблица 3 – Групповое походное снаряжение команды

<i>Костровой.</i> Костровой набор, две пары брезентовых рукавиц
<i>Завхоз.</i> Одна саперная или штыковая лопата, 2 плотницких топора, молоток, пассатижи, ручная пила со съёмными полотнами, шампура (10-12 штук), кусок брезентового тента размером 1х2 м, набор больших иголок с синтетическими нитками, шило, клей «Момент», спирт, скотч широкий (несколько мотков различной ширины), 2–3 упаковки пакетов для мусора, одноразовая посуда, 2–3 упаковки средства для мытья посуды и набор моечных губок. Упаковка стеариновых свечей и спичек (в целлофановой упаковке), 2 мотка скалолазной веревки по 10 м каждая, 10 флаконов распылителей от насекомых из расчета 2 флакона на одну палатку, средства для индивидуальной защиты от насекомых (гель распылитель, карандаши или мазь), 3–4 мешка с древесным углем. Два пластмассовых таза для бытовой стирки вещей, одно пластмассовое ведро для питьевой воды, два металлических ведра для приготовления пищи на костре, большой чайник, противень, 2 черпака (большой и среднего размера), дуршлаг, лопаточки для переворачивания жаркого, 3 разделочных досок (один большой, 2 маленьких), столовые ножи (желательно набор), «молочные» металлические баки (оцинкованные) для питьевой воды 20 или 40 л, обязательно с резиновыми прокладками, и еще один 10-литровый
<i>Инструктор по туризму.</i> Из расчета численности команды подготовить и проверить комплектность следующего группового снаряжения: палатки с москитным слоем, спальные мешки на синтепоне (ватные не брать!), туристические коврики
<i>Секретарь.</i> Папки с брошюратором, стандартная бумага М4, файловые папки, калькулятор, набор цветных карандашей и фломастеров, общепедагогические тетради под полевые дневники, 1–2 офицерские линейки, готовальня (циркуль), простые карандаши марки М и ТМ, резинки, точилки, канцелярский скотч разной ширины, ножницы
<i>Штурман.</i> Набор топографических карт и речных лоций по маршруту следования, бинокль, калькулятор, справочники по району маршрутной практики

Таблица 4. Индивидуальное снаряжение участника в полевом выходе (минимально обязательный комплект на участника тура)

<p><i>Одежда.</i> Спортивная форма, желательно шерстяная, 2 футболки х/б, головной убор (панама плюс шерстяная шапка или теплый платок), солнцезащитные очки, штормовка или болоньевый костюм (можно дождевик), шерстяной свитер, 3 пары носков (2 х/б и 1 пара шерстяная), теплая верхняя одежда для полевых условий (например: старая фуфайка, ватник, теплая куртка), полевая форма (например, армейский камуфляж), обувь (кеды или кроссовки, плюс сланцы или тапочки), летний выходной костюм для городских условий.</p> <p><i>Полевое снаряжение.</i> Туристический пояс (защищает поясничный отдел от переохлаждения, одновременно может использоваться для сиденья в полевых условиях), шерстяное одеяло (наиболее оптимально из верблюжьей шерсти), перочинный нож и фонарь из расчета один на бригаду из трех человек (с запасной батареей и лампочкой), у каждого широкий кожаный ремень (солдатский, офицерский; защита поясничного отдела в поле), набор иголок с продетыми нитками (в наборе три иголки с черной, белой и зеленой ниткой длиной по 70 см каждая), туалетные принадлежности, средство от солнечных ожогов.</p> <p><i>Посуда.</i> Тарелка железная желательно с крышкой (может быть пластмассовая, керамическая), чашка чайная большая (фарфоровая, керамическая и т. д.), ложка.</p> <p><i>Документы:</i> паспорт, студенческий билет, медицинский полис</p>

Предварительно решаются технические и организационные вопросы (экскурсионные посещения и т. д.), рассчитывается график закупок продуктов на промежуточных пунктах, полная финансовая смета расходов.

Полевой период начинается с момента выезда группы из вуза и продолжается до возвращения с маршрута обратно. Исследования проводятся в индивидуальной форме и в составе учебных бригад в соответствии с маршрутным графиком и запланированными объектами изучения (таблица 1).

После полевого этапа практики начинается работа по систематизации и обобщению собранного материала. Составляются индивидуальные и бригадный отчет, включающий: тематические доклады, графические и статистические материалы, коллекции, образцы продукции предприятий, фотодокументы и т. д. Далее проводится презентационная конференция, где оценивается работа каждого участника. К отчету готовят и паспорт маршрута с целью его последующего использования другими группами.

ОПЫТ ОРГАНИЗАЦИИ БАЙДАРЧНЫХ ЭКСПЕДИЦИЙ СЕРИИ «ОКА»

З.А. Атаев, д-р геогр. наук, доцент,
НОУ ВПО «Современный технический институт»,
Россия

Сегодня в рамках высшего образования ставится задача ее максимального приближения к окружающим реалиям жизни. Вероятно, никто не будет оспаривать аксиому, что закреплять профессиональные компетенции в полевом туризме результативно только в ходе практик: пеших, водных, велосипедных и т. д. Одновременно закрепляются навыки организации и проведения таких мероприятий. В качестве такового предлагается рас-

смотреть авторский вариант байдарочного маршрута по Рязанской области (р. Ока и ее притоки): Рязань – Ломакино – Гусь-Железный – Клетино – Касимов – Елатьма – Ласинский затон – Рязань (таблица 1). Вариант байдарочного перехода многократно (8 маршрутных вариантов в пределах Рязанской и Владимирской областей) апробирован в ходе проведения учебных практик по туризму для студентов географического факультета РГУ им. С.А. Есенина (серия «Ока»: 2000–2007 гг.).

Состав экспедиционной группы включает руководителя и студентов. Староста группы назначается преподавателем. Команда делится на учебные бригады в составе 3–4 человек (основное звено в условиях полевого выхода), бригада избирает своего бригадира.

Задачи и содержание практики определяют необходимость: привития навыков ведения маршрутных исследований; обучения методам сбора, обработки, анализа и обобщения полевых материалов; закрепления умений сопоставлять свои наблюдения с содержанием учебной и научной литературы; развития комплексного мышления; повышения общего уровня знаний и кругозора. Отсюда разнообразны и используемые методы: натурное ознакомление с географическими, краеведческими и туристско-рекреационными объектами; сбор и анализ информации местной печати, фотоматериала; наблюдения и описание, сбор статистической и картографической информации; тематическое исследование ключевых географических, социально-культурных и туристских объектов, их картирование и др. После полевого этапа начинается работа по систематизации и обобщению материала. Поэтому большое внимание уделяется методам обработки материалов: сравнительно-географическому; ретроспективному; статистическому, картографическому; методу «ключей»; составлению комплексных характеристик, географических профилей и др.

В итоге составляется индивидуальный, бригадный и групповой отчет, включающий: тематические доклады, графические и статистические материалы, коллекции, фотодокументы, презентации и т. д. Учебная группа готовит к отчету паспорт маршрута, с целью его последующего использования другими учебными группами (таблица 2). Далее проводится подготовка к заключительной конференции, где в форме зачета оценивается работа каждого участника (по комплексу представленных документов). В документацию итогового контроля входит программа экспедиции с разделением на структурные части (подготовительный этап, полевой этап, заключительный этап), крок-маршрут, хронологический график изучаемых объектов, развернутый (посуточный и почасовой) график похода, список литературы и приложение.

Таблица 1 – Маршрут байдарочной экспедиции: Рязань – Касимов – Ласино

Маршрут (последний пункт перечня соответствует месту ночевки)
Автобусный маршрут: г. Рязань – н. п. Спас-Клепики – н. п. Ломакино, Касимовский район, туристический лагерь турклуба «Мещера» (р. Нарма у н.п. Ломакино), L = 115 км
н. п. Ломакино, р. Нарма – р. Гусь – излучина р. Гусь, L = 10 км
Излучина р. Гусь – пос. Гусь-Железный – Лагерь турслета Касимовского района – устье р. Гусь (426 км от устья р. Ока, 2 км) – н. п. Клетино, бакен в русле Оки № 417 (424 км от устья), L = 13 км
Дневка у н. п. Клетино – пос. Сынтул Касимовского района. Пешие радиальные экскурсии с выходом к устью р. Сынтулка, L = 16 км
Дневка у н. п. Клетино (пешие радиальные экскурсии L = 10 км)
н. п. Клетино (424 км от устья) – перевал Якушинский (413 км от устья), L = 11 км
Перевал Якушинский (413 км) – г. Касимов (406 км) – н/п Уланова Гора (400 км), L = 13 км
Уланова Гора (400 км от устья) – устье р. Ташенка (395 км) – устье р. Экса (383 км), L = 17 км
Дневка напротив устья р. Экса (395 км от устья)
Устье р. Экса (383 км от устья) – н.п. Балушево-Починки (378 км) – турбаза «Елочка» (369 км) – пережат Каменка (362 км от устья), L = 21 км
Пережат Каменка (362 км от устья) – устье р. Мокша (350 км от устья р. Ока), L = 12 км
Устье р. Мокша (350 км) – Белинская старица (333 км от устья р. Ока) – заплыв до крайнего изгиба Белинской старицы (L = 5 км), L = 22 км
Дневка: крайний изгиб Белинской старицы
Изгиб Белинской старицы (5 км) – выход из Белинской старицы (328 км от устья р. Ока) – устье р. Унжа (322 км от устья р. Ока), L = 11 км
Устье р. Унжа (322 км от устья р. Ока) – пос. Елатьма (314 км), L = 8 км
пос. Елатьма (314 км) – затон Ласинский (301 км от устья р. Ока) L = 13 км
Дневка, затон Ласинский (301 км от устья р. Ока, граница с Владимирской областью)
Маршрут: пос. Елатьма – г. Рязань (автобусный маршрут) L = 170 км
Байдарочные переходы 150 км, суммарный автобусный прогон 285 км

Таблица 2 – Образец паспорта туристского маршрута практики

№ п/п	Участок маршрута (указание пунктов маршрута)	Способ передвижения	Расстояние, км.	Туристско- рекреационные объекты
-------	---	------------------------	--------------------	--

В паспорте полевого маршрута фиксируются следующие данные:

- 1) учебная группа, время начала и окончания путешествия (даты), цель маршрута.
- 2) область, район и маршрут практики (начальный, узловый и конечный пункт).
- 3) длина маршрута и расстояние между стоянками, комплексное описание.
- 4) картосхема маршрута, рекомендуемые места привалов, ночлегов и дневков.
- 5) препятствия на маршруте и наиболее безопасные способы их преодоления.
- 6) рекомендуемая литература и картографический материал, у кого и где можно получить консультацию по району (ФИО, место работы и должность консультанта).
- 7) дата и кем составлен паспорт маршрута (ФИО).

Условия проведения полевой практики по туризму в форме байдарочного маршрута, многократно апробированной в серии «Ока» (байдарки «Таймень-3»):

1. Выбор маршрута определяется богатством его географического, социально-культурного, краеведческого и рекреационного разнообразия, транспортной доступностью и безопасностью по способу передвижения и своевременной проходимостью по утвержденному графику (крюк-маршруту).
2. Среднесуточный переход на байдарках равен не более 15–20 км/сутки.
3. Дневки необходимо планировать на 3-и сутки перехода, в локальных точках нахождения «ключевых» для исследования объектов, или на расстоянии пешего перехода (пешие экскурсии в радиусе не более 5–10 км от мест дневки).
4. Из общего расчета времени: на подготовительный период – 10 %; на полевой период – 80 % (включая день выезда и день снятия с маршрута); оформление презентации, группового отчета и подведение итогов – 10 %.

На предварительном собрании команда обсуждает маршрут, проводится их ознакомление с задачами полевого периода, методикой заполнения и ведения дневников, учащиеся получают индивидуальные (бригадные) задания. Для полевого дневника лучше завести общую тетрадь и все записи выполнять простым карандашом на правой стороне дневника, а зарисовки выполнять на левой стороне. Дневник включает следующие разделы: титульный лист (ФИО, ВУЗ, цель, задачи, район, маршрут и график практики, даты ее начала и окончания); правила поведения в полевых условиях, инструкцию по технике безопасности при посещении экскурсионных объектов; перечень индивидуальных заданий; карту-схему маршрута с объектами изучения и узловыми пунктами.

В качестве узловых пунктов на маршруте приняты места дневков (пешие радиальные экскурсии к «ключевым» объектам изучения). Предварительно готовятся и комплексные географические профили, комплексные характеристики разномасштабных социально-культурных, краеведческих, рекреационных, спортивно-оздоровительных, природно-территориальных и территориально-производственных комплексов, проводится оценка экологической ситуации (по картографическим, научным и другим источникам).

Техническая подготовка практики включает целый комплекс мероприятий (подготовка плавсредств, комплектование туристического снаряжения, походной аптечки и т. д.). Особое место в ходе технической подготовки маршрута уделяется отбору краеведческих источников и картографических материалов по маршруту экспедиции. Ниже представлен обзор рекомендуемого перечня материалов.

Краеведческий материал:

1. Горожанкова, М.В. Столица Касимовского ханства: Мещерская сторона / М.В. Горожанкова, В.В. Цемленкова. – Шацк: ООО «Шацкая типография», 2007. – 16 с.
2. История одной губернии: Очерки истории Рязанского края 1778–2000 годы / под ред. В.С. Авдонина и др. – Рязань: Пресса, 2000. – 278 с.
3. Материалы для географии и статистики России (собранные офицерами Генерального штаба): Рязанская губерния / сост. М. Баранович. – СПб.: Общественная польза, 1860. – 551 с.
4. Населенные места Рязанской губернии / под ред. И.И. Проходцева. – Рязань: Изд-во Рязгубстатком., 1906. – 693 с.
5. Родин, Н.А. Касимов – городец Мещерский / Н.А. Родин. – Рязань: Узорожье, 2000. – 227 с.
6. Россия. Полное географическое описание нашего Отечества (настолярная и дорожная книга для русских людей). Т. II. Среднерусская черноземная область / под ред. В.П. Семенова. – СПб.: Изд. А.Ф. Девриена, 1902. – 716 с.
7. Яхонтов, С. Военно-статистическое и топографическое описание Рязанской губернии / С. Яхонтов // Труды Рязанской ученой архивной комиссии. 1914–1915 гг. Т. XXVII. – Вып. 1. – С. 13–92.

Картографический материал:

1. Атлас Рязанской области – М.: ГУГК, 1965. – 36 л.
2. Атлас Рязанской области – М.: РТГЭ филиал ФГУП «МАГП», 2006. – 72 л.
3. Атлас Рязанской обл. – М.: Роскартография, Арбалет, 2002. 1:100 000.
4. Атлас. Рязанской обл. – М.: ВТУ ГШ, 1995-1998; «439 ЦЭВКФ МО РФ». 1:200 000.
5. Атлас Рязанской области – М.: РТГЭ филиал ФГУП «МАГП», 2006. – 72 л.
6. Атлас Рязанской обл. – М.: Роскартография, Арбалет, 2002. 1:100 000.
7. Атлас. Рязанской обл. – М.: ВТУ ГШ, 1995-1998; «439 ЦЭВКФ МО РФ». 1:200 000.
8. Рязанская область. Общегеографическая карта. М. 1:200 000 (по Мещере М. 1:100 000). – М.: Роскартография, 1994.
9. Рязанская область: карта радиоактивного загрязнения. М.: ВТУ ГШ, 1993. – ТОО «Резолит», 1993. 1:200 000 (15 л.).
10. Карта «Природные объекты Рязанской области, охраняемые и предлагаемые к охране» Масштаб 1:400 000: Кадастр особо охраняемых и природных объектов Рязанской области / сост. Т.В. Верещагина, Г.Г. Куликова, Е.Г. Гущина, М.В. Казакова и др. – М.: ГУГК, 1990. – 60 с.
11. Карта р. Мокша. От н. п. Нароватово до устья / Минречфлота РСФСР. Управление канала им. Москвы. – М.: Изд-во ЦКФ ВМФ. 1986. – 100 л. Масштаб 1: 5 000.
12. Карта р. Ока. От поселка Щурово до устья / Минречфлота РСФСР. Управление канала им. Москвы. – М.: Изд-во ЦКФ ВМФ. 1976. – 38 л. Масштаб 1: 25 000.
13. Карта р. Ока. От поселка Щурово до устья / МЧС РФ. 2008. – 43 л. Масштаб 1: 25 000.

Полевой период начинается с момента выезда группы из вуза и длится до возвращения обратно. Исследования проводятся в индивидуальной форме и в составе учебных бригад, включают комплексную географическую, социально-культурную, спортивно-оздоровительную и рекреационную характеристику района экспедиции, ключевых объектов по тематическому плану. На каждую учебную бригаду школьников выдается отдельный комплект документов.

Исходя из специфики проведения практики байдарочным маршрутом и наличием пеших переходов, проводятся и следующие практические занятия:

1. Туристская подготовка. Техника безопасности в походе, дисциплина и нормы поведения туристов. Туристский строй, обязанности направляющего и замыкающего. Режим дня. Нормы дневного перехода (в зависимости от вида передвижения). Питание в походе. Преодоление естественных препятствий. Организация привалов и бивуака: выбор места, планирование лагеря, распределение обязанностей, установка палаток, дежурства на бивуаке. Разведение костра, виды костров. Приготовление пищи на костре. Сушка одежды и обуви. Снятие лагеря, гашение костра и санитарная уборка территории покидаемого бивуака.

2. Краеведческие наблюдения. Чтение карты (речной лоции) и работа с ней (ориентирование, определение масштаба, измерение расстояний), оценка рельефа, составление схемы движения. Определение места своего нахождения, движение по азимуту. Выполнение краеведческих заданий: фиксация материалов по маршруту о геологическом строении, рельефе, водах, условиях увлажнения, почвенно-растительном покрове, животном мире, мероприятиях по преобразованию и охране природы. Сбор гербария растений (не подлежащих охране) и образцов горных пород. Ознакомление с историческими и архитектурными памятниками, различными хозяйственными объектами.

3. Личная гигиена, самоконтроль и первая помощь в походе, медицинская аптечка. Профилактические меры перед выходом и в ходе полевого выхода. Предупреждение тепловых и солнечных ударов, потертостей (зимой – обморожений). Первая помощь при несчастных случаях. Состав и назначение медицинской аптечки.

В целом успешность проведения полевого выхода зависит от тщательности ее предварительной подготовки, пунктуальности выполнения графика (крок-маршрута) и неукоснительного соблюдения дисциплины. При этом на первом месте для руководителя практики всегда должны быть правила безопасности.

Выполнение распорядка дня, учебных заданий, организационных распоряжений группового руководителя и актива являются строго обязательными для команды, самовольные отлучки недопустимы. Староста и бригадиры должны всегда и достоверно знать, где находятся члены бригады (группы). Перед началом экскурсии на объекте изучения (с учетом его специфики), необходимо внимательно изучить требования техники безопасности и неукоснительно их выполнять. Строго следовать по маршруту указанному экскурсоводом, а руководителю контролировать группу.

В байдарочной экспедиции необходимо соблюдать общие правила техники безопасности на водоемах. Категорически запрещается: свешиваться, вставать в рост и нарушать равновесие байдарки; передвигаться на байдарках в ночное время. Необходимо быть предельно внимательными в створе судоходного речного фарватера (р. Ока). Каждая байдарка должна быть снабжена: спасательными жилетами на всех членов экипажа; сигнальным бумом и с достаточным запасом веревки на случай перевертывания (веревку с сигнальным бумом, окрашенным в оранжевый цвет, крепить на корме байдарки); гидравлическими мешками на все снаряжение, находящееся в байдарке.

В ходе движения, байдарки должны идти строем кильватера вдоль берега, заданным руководителем группы (согласно условиям фарватера и специфике судоходства на данном участке реки). Расстояние между экипажами не должно превышать 50 м., т. е. расстояние лимитируется возможностью зрительной и голосовой связи (головным идет экипаж старосты группы, замыкающим – экипаж руководителя группы). Необходимо правильно размещать груз в отсеках плавательного средства (байдарки), не нарушая центровку лодки, быть предельно внимательными в створе судоходного фарватера. В случае приближения речного судна необходимо выгребсти к ближайшему берегу и развернуть байдарку «носом» к созданной судном волне (экипажам байдарок выгребать к берегу организованно по указанию руководителя).

Сама программа байдарочного перехода, график движения и мероприятия по обеспечению безопасности должны быть согласованы в Управлении МЧС России по Рязанской области, конкретно со структурным подразделением: «Государственная инспекция по маломерным судам» (ГИМС). Перед выходом на маршрут инспектор ГИМС проверяет безопасность плавсредств, проводит инструктаж по технике безопасности. Уже в ходе полевого этапа инспектора ГИМС по оперативным зонам ответственности выходят на катерах к заранее условленным точкам randevu и контролируют безопасность на маршруте. Рязанский участок реки Ока разделен на четыре зоны ответственности инспекций ГИМС МЧС: Рязанский участок, Спасский, Шиловский и Касимовский участок.

ПУТЕШЕСТВИЕ С НАТУРАЛИСТОМ КАК ФОРМА ПРИРОДНО-ПОЗНАВАТЕЛЬНОГО ТУРИЗМА В РАБОТЕ СО ШКОЛЬНИКАМИ

Д.А. Бессараб, канд. геогр. наук, доцент,

Институт туризма Белорусского государственного университета физической культуры,

И.Н. Бессараб,

УО «СШ № 71», г. Минск,

Республика Беларусь

В настоящее время под экологическим туризмом (экотуризмом) понимают особую форму путешествий, в которых отдых на природе сочетается с познанием ее объектов и явлений. Экологический туризм возник как идея создания баланса между экономической выгодой, получаемой от рекреации на природе, и экологической безопасностью рекреационных территорий в рамках глобальной идеи – сохранение природы планеты как основы жизни на ней.

Большое внимание этому виду туризма уделено в Государственной программе развития туризма в Республике Беларусь на 2011–2015 годы.

В частности, в ней отмечается, что особую актуальность приобретают виды туризма, основанные на природном потенциале страны, в том числе агроэкотуризм [1].

Одной из разновидностей природно-познавательного туризма является такая форма, как путешествие с натуралистом, где значительную роль играет ученый-исследователь, который знакомит экскурсантов с миром природы. Его знание предмета, увлеченность, заинтересованное отношение могут сыграть значительную роль в экологическом образовании туристов, привить им некоторые навыки работы с природными объектами, обучить экологическим знаниям [2].

С целью экологического просвещения школьников, организации краеведческой работы и привития навыков самостоятельных научных исследований учащимся, на протяжении 2006–2011 гг. учащимися СШ № 71 под руководством учителей биологии И.Н. Бессараб и Е.В. Жуковской, доцента кафедры промышленной экологии БГТУ, кандидата технических наук А.В. Лихачевой и доцента кафедры менеджмента туризма и гостеприимства Института туризма БГУФК, кандидата географических наук, доцента Д. А. Бессараба, был разработан и проложен стационарный экологический маршрут по части юго-западной окраины г. Минска, по правобережью Лошицкого водохранилища от места впадения р. Мышка в р. Лошица до горнолыжного центра «Солнечная долина» протяженностью 2 км.

В течение пяти лет было организовано комплексное изучение названной территории. Проводилось исследование химического состава воды Лошицкого водохранилища, изучались видовое разнообразие лишайников и проблемы лишеноиндикации, особенности орнитофауны и сезонная динамика птиц. Достаточно высокая степень изученности описываемой территории позволила в 2010 году в рамках долгосрочного образовательного проекта «Прырода маёй краіны» под эгидой Комитета по образованию Мингорисполкома начать работы по формированию экологического объекта «Экологическая тропа парка «Курасовщина» как туристическо-познавательный объект».

На территории маршрута были продолжены исследовательские и просветительские работы. Так, на протяжении мая и летних месяцев 2011 года здесь были организованы полевые исследования по определению видового состава и изучению особенностей экологии булавоусых чешуекрылых семейства нимфалиды. В ходе

полевых наблюдений собраны материалы по экологии и поведению бабочек. Проанализировано влияние погодных условий и экологических факторов на фенологию насекомых.

Для обработки результатов учета использовались следующие исходные предположения и показатели:

1. Видовое разнообразие складывается из двух компонентов [3]:

– видового богатства, или плотности видов, которая характеризуется общим числом имеющихся видов;
– выравненности, основанной на относительном обилии или другом показателе значимости вида и положении его в структуре доминирования.

2. Уровень разнообразия дневных бабочек семейства Nymphalidae в основных типах местообитаний охарактеризован с помощью простого подсчета числа видов (S), а также расчетов индексов Маргалефа (DMg), отражающего плотность видов, т. е. общее число видов, которое в сравнительных целях выражается как отношение числа видов к числу особей:

$$d = \frac{S-1}{\lg N}, \quad [1],$$

где S – число видов;
N – число особей.

и Менхиника (DMk):

$$d = \frac{S-1}{\sqrt{N}}, \quad [2],$$

где S – число видов;
N – число особей.

3. Расчет доминирования вида производился с помощью индекса Бергера-Паркера (DB-P):

$$d = \frac{N_m ax}{N}, \quad [3],$$

где $N_m ax$ – численность самого обильно представленного вида;
N – суммарное число организмов [4, 5].

Всего за период исследований в рассматриваемом районе было зарегистрировано 12 видов бабочек семейства нимфалид (таблица 1), что составляет 36 % от количества видов, обитающих в Беларуси [6, 7, 8].

Таблица 1 – Видовой состав величины балла обилия и показатели видового разнообразия булавоусых чешуекрылых семейства Nymphalidae в биотопах правобережья Лошицкого водохранилища в районе ул. Казинца

№ п/п	Название вида		Биотопы и встречаемость вида				Всего особей вида
	русское	латинское	парк у «Белой дачи»	антропогенно-изменен. пойма	коренной берег	парк в ок. горнолыжного центра	
1	Адмирал	<i>Vanessa atalanta</i> L.	3	1	2	1	7
2	Крапивница	<i>Nymphalis urticae</i> L.	5	1	4	2	12
3	Ленточник Камилла	<i>Limenitis camilla</i> L.	3	2	1	1	7
4	Ленточник тополевый	<i>Limenitis populi</i> L.	2	1	–	–	3
5	Многоцветница	<i>Nymphalis polychloros</i> L.	1	–	2	1	4
6	Павлиний глаз	<i>Nymphalis io</i> L.	3	2	2	3	10
7	Переливница ивовая	<i>Apatura iris</i> L.	2	–	1	–	3
8	Переливница тополе- вая	<i>Apatura ilia</i> Den. et Schiff.	2	–	2	1	5
9	Перламутровка боль- шая лесная	<i>Argynnis paphia</i> L.	2	–	1	2	5
10	Репейница	<i>Vanessa cardui</i> L.	–	2	4	3	9
11	Траурница	<i>Nymphalis antiopa</i> L.	3	1	2	2	8
12	Углокрыльница с-белая	<i>Polygonia c-album</i> L.	1	1	1	1	4
	Число особей всех видов, N		27	11	22	17	77
	Число видов, S		11	7	11	10	
	Индекс Маргалефа, DMg		10,30	6,04	10,26	9,19	
	Индекс Менхиника, DMk		10,81	6,70	10,79	9,76	
	Индекс Бергера- Паркера, DB-P		0,11	0,18	0,09	0,12	

На территории исследования было отмечено 77 экземпляров исследуемого семейства. Наиболее разнообразны топические группировки в парке, рядом с памятником «Белая дача» и на коренном берегу водохранилища с естественной растительностью. В этих фитоценозах встречено по 11 видов из 12 зарегистрированных, что составляет почти 92% состава локальной фауны *Nymphalidae*. Биотопические комплексы семейства нимфалид парка близ горнолыжного центра «Солнечная долина» и антропогенно-измененной поймы менее богаты видами (соответственно 10 и 7). Наибольшая плотность приходится на биотопы, расположенные на возвышенных участках и в относительной удаленности от уреза воды, что подтверждается распределением индексов Маргалефа и Менхиника.

Классификация фаун чешуекрылых методом полной связи топических условий обитания и частоты встречаемости вида показала, что особи группируются в два кластера. В первый объединяются наиболее типичные представители семейства *Nymphalidae* района исследований – адмирал, траурница, ленточник Камилла, дневной павлиний глаз, крапивница и репейница, при доминировании трех последних. Второй кластер составляют ленточник тополевый, переливницы ивовая и тополевая, углокрыльница с-белое, многоцветница и перламутровка большая лесная, встречаемость которых значительно ниже. Отличительной чертой первого кластера является то, что в нем сосредоточены особи, которые были зарегистрированы во всех или почти во всех топических условиях, а частота их встречаемости находится в строгой иерархической соподчиненности среде обитания. Виды, объединенные во втором кластере, зарегистрированы в ограниченном числе биотопов, их количественный состав практически равновелик, а значит, они занимают равновесные позиции.

Наибольшее влияние на активность чешуекрылых оказывает солнечный свет, так как в пасмурную погоду регистрировалось в 4–6 раз меньше насекомых, чем в солнечную. Суточная активность имаго имеет синусоидальный вид. Наименьшее количество бабочек встречается в утренние (особенно росные) часы, к полудню активность возрастает, достигая пика к 15 часам, а после 17:00 начинает достаточно активно снижаться. После 19:30 регистрации нимфалид не наблюдались.

Возвышенные участки с преимущественно искусственными насаждениями, плодовыми деревьями, кустарниками и разнотравьем в подлеске (парки в окрестностях «Белой дачи» и «Солнечной долины») и естественной растительностью (коренной берег) являются предпочтительными местообитаниями нимфалид. С одной стороны древостой здесь разрежен, что повышает освещенность, кустарники, разнотравье, заросли крапивы и чертополоха формируют широкий выбор кормовой базы для таких видов, как адмирал, крапивница, углокрыльница с-белое, репейница, дневной павлиний глаз. Достаточно широкое распространение дуба на коренном берегу и в парке у «Белой дачи» (плюс наличие посадок яблонь) создают условия для питания многоцветницы и траурницы. Преимущественно суглинистые и супесчаные почвы задерживают проникновение влаги в нижние горизонты, происходит формирование луж, содержащих органические растворы, что соответствует кормовой базе ленточников и переливниц. На пойменном биотопе зарегистрировано наименьшее количество как видов, так и особей нимфалид. Полностью отсутствуют переливницы, многоцветница и перламутровка большая лесная, которым требуются иные условия обитания, имаго последних предпочитают открытые возвышенные места преимущественно в лесной зоне.

В течение всего мая и первой трети июня встречались только особи перезимовавших чешуекрылых, численность которых была невелика и все они были зарегистрированы на учетных площадках, разбитых на возвышенных участках, пойма представителями *Nymphalidae*, по нашим наблюдениям, была не заселена. В ходе исследования было выяснено, что на данной территории обитает три вида зимующих имаго (крапивница, павлиний глаз и траурница), что составляет 25 % от общего числа учтенных видов в течение всего полевого сезона. Согласно [6, 7], мы могли рассчитывать на находки представителей семи видов (кроме учтенных – адмирал, многоцветница, углокрыльница с-белое и репейница), что составило бы чуть более 58 %, однако приведенные данные подтверждения не нашли.

Лет первых особей летнего поколения был зафиксирован 15.06.11, когда на учетной площадке, разбитой на коренном берегу, было отмечено появление ленточника Камилла. Двадцать шестого июня было отмечено появление ленточника тополевого в парке у «Белой дачи». Количество видов постепенно возрастало в первой половине июля (6), достигнув максимума в двадцатых числах месяца (12). Начиная с 18 августа, происходит убыль видового состава.

Как известно [6, 7, 9] для чешуекрылых нимфалид присущи явления полиморфизма, т. е. способность существовать в разных внешних формах. В ходе полевых наблюдений были выявлены полиморфные экземпляры большой лесной перламутровки. Все учтенные самцы имели характерную рыжую окраску, а самки образовывали две различающиеся морфы: рыжую и зеленовато-серую (*valezina* Esp).

Таким образом, следует констатировать, что организация подобных экологических туров имеет не только воспитательное, но и образовательное значение, поскольку школьники получили первичные навыки сбора и обработки материалов в ходе полевых наблюдений. Кроме того, на наш взгляд, велико и рекреационное значение такого рода мероприятий.

1. Государственная программа развития туризма в Республике Беларусь на 2011–2015 годы / Электронный ресурс: код доступа http://pravo.by/main.aspx?guid=3871&p0=C21100373&p2={NRPA}#%D0%97%D0%B0%D0%B3_%D0%A3%D1%82%D0%B2_1%D0%97%D0%B0%D0%B3_%D0%A3%D1%82%D0%B2_1: Время доступа: 28.02.2012.

2. Штефан, Л.В. Экологический туризм: пособие / Л.В. Штефан, Д.А. Бессараб. – Минск: БГУФК, 2010. – 101 с.
3. Одум, Ю. Экология / Ю. Одум. – М.: Мир, 1986. – Т. 2. – 376 с.
4. Мэгарран, Э. Экологическое разнообразие и его измерение / Э. Мэгарран. – М.: Мир, 1992. – 166 с.
5. Песенко, Ю.А. Принципы и методы количественного анализа в фаунистических исследованиях / Ю.А. Песенко. – М.: Наука, 1982. – 287 с.
6. Корнелио, М.П. Школьный атлас-определитель бабочек: кн. для учащихся / М.П. Корнелио. – М.: Просвещение, 1986. – 254 с.
7. Мержеевская, О.И. Чешуекрылые (Lepidoptera) Белоруссии. Каталог / О.И. Мержеевская, А.Н.Литвинова, Р.В. Молчанова. – Минск, 1976.
8. Мониторинг некоторых групп насекомых на суходольных лугах Березинского биосферного заповедника / Т.П. Панкевич [и др.] // Инф. листок, сер. 87. 31.91. – № 157. – Бел.НИИНТИ, 1988.
9. Львовский, А.Л. Булавоусые чешуекрылые Восточной Европы / А.Л. Львовский, Д.В. Моргун. – М.: Т-во научных изданий КМК, 2007. – 443 с.

WORLD HERITAGE AS A BASIS FOR TOURISM DEVELOPMENT

E.I. Vovnejko,

Tourism Institute of the Belarusian State University of Physical Culture,
Republic of Belarus

Today the problems of national and international heritage seem to be the main preoccupation of different countries of the world. Last century became a turning point in changing people's attitude to the testimonies of the past. The Athens Charter of 1931 was the first legal document contributed to the increase of international awareness. It was just after the Second World War that the serious work concerning natural and cultural sites' protection started. In 1964 the Venice Charter on Conservation and Restoration of Monuments was adopted. Due to this agreement a lot of architectural masterpieces, such as the historical centre of Venice and the temples of Abou-Symbel in Egypt, were saved from destruction. Five years later the United States of America elaborated the plan for natural sites' protection. Several years of international collaboration between European countries and the USA resulted in the World Heritage Convention of 1972. Its adoption proved that the principles of heritage conservation was the key experience of the XXth century [1].

The Convention Concerning the Protection of the World Cultural and Natural Heritage (the World Heritage Convention) was adopted by the General Conference of UNESCO on the 16th of November 1972. To date, more than 170 countries have adhered to the Convention. As a result, it is one of the most universal international legal instruments for the protection of the cultural and national heritage. By signing the Convention each country pledges to conserve the sites situated on its territory. Their preservation for future generations then becomes a responsibility shared by the international community as a whole. The most remarkable feature of the Convention is the following: it links together in a single document the concepts of nature conservation and the preservation of cultural sites. So nature and culture are complementary. As for cultural identity, it is strongly related to the natural environment in which it develops [1].

According to the World Heritage Convention, "cultural heritage" is a monument, group of buildings or site of historical, aesthetic, archaeological, scientific, ethnological or anthropological value. "Natural heritage" designates outstanding physical, biological and geological features; habitats of threatened plants or animal species and areas of value on scientific or aesthetic grounds or from the point of view of conservation.

There are several organs that are directly involved in the implementation of the Convention. First of all, there is the **General Assembly of States Parties** to the Convention. It is the meeting held every two years which all the countries ratified the Convention take part in. The General Assembly elects the **World Heritage Committee**. This statutory body consists of representatives from 21 States Parties. It is responsible for making decisions in the following areas:

- selecting new sites for the World Heritage List;
- determining the technical and financial aid to be given to the sites in need.

Seven members of the Committee make up the **World Heritage Bureau**, a small executive body that meets mid-year to prepare the work of the Committee. The Committee is assisted by three advisory bodies. These are three international non-governmental or intergovernmental organizations named in the Convention to advise the Committee in its deliberations:

- for natural properties: **IUCN**–the World Conservation Union. It was set up in 1948 and is located in Gland, Switzerland.
- for cultural properties: **ICOMOS**–the International Council on Monuments and Sites. It was set up in 1965 and is located in Paris, France.
- for cultural properties (restoration and training): **ICCROM**–the International Centre for the Study of the Preservation and Restoration of Cultural Property. It provides expert advice on how to conserve listed sites, as well as training in restoration techniques. Besides, ICCROM is an active partner in the World Heritage Information Network. It was set up in 1956 and is located in Rome, Italy [3].

There is also the **World Heritage Centre** established in 1992. Its main duty is to assure the day-to-day management of the Convention. Upon request by a State Party, the Centre helps in preparing all the necessary documentation for the World Heritage List. It organizes training courses and emergency assistance when a site is threatened. Other tasks of the Centre include arranging technical seminars and workshops, developing teaching materials to raise awareness of the World Heritage concept and keeping the public informed of World Heritage issues. With the multi-media industry, the Centre works to produce the World Heritage documentary and educational films, CD-ROMs, books etc.

Article 15 of the Convention established a Fund called “the **World Heritage Fund**”. It is replenished from the following sources:

- obligatory contributions from States Parties which are fixed at no more than 1% of their contribution to the budget of UNESCO;
- voluntary contributions from States, donations from institutions or private individuals, or earnings from national or international promotional activities.

These monies are spent on various kinds of aid. Among them there are expert studies to determine and fight the causes of deterioration, training of local specialists in conservation or renovation techniques, supplying equipment for the protection of a natural park or to restore a monument, etc.

The Convention adopted the **World Heritage List**. Its main idea is to reveal the most valuable and unique objects all over the world, prevent them from destruction and preserve them for future generations. The application for a site to be inscribed on the List must come from a State Party itself. UNESCO makes no recommendations for listing. When a State Party nominates a site, it gives details of how this site is protected, provides a management plan for its upkeep and reports periodically on its condition. The World Heritage Committee meets once a year and examines the applications on the basis of technical evaluation. Once a site is selected, its name and location are placed on the World Heritage List. To be included on the World Heritage List, sites must satisfy the selection criteria. These criteria are explained in the Operational Guidelines which, besides the text of the Convention, is the main document on the World Heritage. The criteria have been revised regularly by the Committee to match the evolution of the World Heritage concept itself.

Cultural heritage should:

- represent a masterpiece of human creative genius, or
- exhibit an important interchange of human values over a span of time or within a cultural area of the world, on developments in architecture or technology, monumental arts, town planning or landscape design, or
- bear a unique or at least exceptional testimony to a cultural tradition or to a civilization which is living or has disappeared, or
- be an outstanding example of a type of building or architectural or technological ensemble, or landscape which illustrates a significant stage in human history, or
- be an outstanding example of a traditional human settlement or land-use which is representative of a culture, especially when it has become vulnerable under the impact of irreversible change, or
- be directly or tangibly associated with events or living traditions, with ideas or with beliefs, or with artistic and literary works of outstanding universal significance (a criterion used only in exceptional circumstances and with other criteria).

Equally important is the authenticity of the site and the way it is protected and managed.

Natural properties should:

- be outstanding examples representing major stages of the earth's, including the record of life, significant ongoing geological processes in the development of landforms, or significant geomorphic or physiographic features, or
- be outstanding examples representing significant ongoing ecological and biological processes in the evolution and development of terrestrial, fresh water, coastal and marine ecosystems and communities of plants and animals,
- contain superlative natural phenomena or areas of exceptional natural beauty and aesthetic importance, or
- contain the most important and significant natural habitats for in situ conservation of biological diversity, including those containing threatened species of outstanding universal value from the point of view of science or conservation.

The protection, management and integrity of the site are also important considerations. Mixed sites have both outstanding natural and cultural values. Today the List contains 754 properties (582 cultural, 149 natural and 23 mixed) situated in 129 countries. Among them are the Galapagos Islands, the statue of Liberty (USA), the complex of Borobodour (Indonesia), the city of Petra (Jordan), etc.

But conservation is a continuous process. If a country is not fulfilling its obligations under the Convention, it risks having its sites deleted from the List. In practice, countries take their responsibilities very seriously, and the World Heritage List grows longer every year as new nominations are accepted by the Committee and more countries sign the Convention. When this or that site is seriously endangered, it may be inscribed on the List of World Heritage in Danger. This list is designed to call the world's attention to natural or human-made conditions destroying the unique characteristics of a site which caused its inscription on the List. Endangered sites benefit from particular attention and international assistance. In urgent cases, such as outbreak of war, the Committee will make the listing itself without having received a formal request.

Each of the sites inscribed on the List is marked with the World Heritage Emblem. It was created by Mr. Michel Olyff. This Emblem symbolizes the interdependence of cultural and natural properties. The central square is a form created by man and the circle represents nature. The Emblem is round, like the world, but at the same time it is the symbol of protection. The Committee decided that the Emblem could be used in any colour or size. It should always carry the text "World Heritage. Patrimoine mondial". The space occupied by "Patrimoine mondial" can be used for its translation into the national language of the country where the Emblem is used.

The Republic of Belarus is lucky enough to have on its territory four sites inscribed on the World Heritage List.

The first one is the national park "Belovezhskaya Pushcha". This immense forest complex is situated on the border between Poland and Belarus. It represents the last remaining primary mixed forest in Europe. It contains several unique tree species, the silver spruce and the sessile oak among them. Besides, Bialowieza is home to many rare mammals, the brown bear, the deer, and the lynx in particular. It is the only habitat of 300 European Bison, which Belarus has always been famous for. By the way, the history of "Belovezhskaya Pushcha" is very long. It was maintained as a royal hunting reserve until the 19th century. Following the establishment of the "National Park in Bialowieza" in 1932 and its restoration in 1947, it was designated as biosphere reserve in 1977. On December, 14, 1992 UNESCO included the ancient forest on the List. Thus Pushcha entered the world system for surveying changes in the environment. About 3000 people live in villages close to the area and within the reserve itself. Local communities benefit from tourism and use the area for bee keeping and animal breeding. About 90000 tourists annually come to Bialowieza to visit the forest and the nature museum [1].

The other site is no less well-known. It is Mir castle situated in Grodno region near village Mir. It is a unique monument built by Duke Ilinich in early 16th century. This is a square-planned building with towers at the corners. The fifth tower used to have a drawbridge. The castle was well adapted for gunshot defense. The representational means, characteristic for Belarussian Gothic, were used for its decoration. Since 1568 the castle was owned by Dukes Radziwils, who finished the building in Renaissance and later in Baroque style. A three-storied palace was erected along the eastern and northern walls. Its plastered facades were decorated with portals, plates, balconies, porches and geometrical ornaments. Despite numerous destructions Mir castle has survived till now. At present it is being successfully restored. Mir castle is an exceptional example of a fortified feudal dwelling of the 16th century. Its design reflects successive cultural influences (Gothic, Renaissance and Baroque) blended harmoniously. What attracts tourists to the castle is a fine collection of medieval armour kept in the main tower. This monument has been under UNESCO's auspices since 2000 (the year of inscription) [2].

The third object in Nesvizh Castle situated in Minsk region in the centre of the town of Nesvizh. It is a baroque construction famous as the Radziwill residence since 1533. This remarkable example of Renaissance architecture is surrounded by the unique English park, one of the biggest such facilities in Europe. The complex has been fully reconstructed, now it contains many priceless art collections. It is a great historical and cultural reserve, important for tourism industry. Inscribed on the List in 2006.

The fourth object is presented by a part of the Struve Geodetic Arc, stretching from Norway to the Black sea. In the Belarussian territory there are 3 its elements, looking like obelisks. It was inscribed on the List in 2005.

The role of the World Heritage Convention is impossible to be overestimated for tourism. It is essential that the main principles guiding the preservation and restoration are laid down on an international basis. This document made people from different countries realise the genuine value of their national treasures and regard them as parts of the world heritage. Now it is evident that testimonies of the past remain to the present day as living witnesses of their age-old traditions. Fortunately, we are becoming more and more conscious of the unity of human values keeping their national and cultural identity. It is a pity, but a lot of natural and cultural sites inscribed on the List are being endangered. Their disappearance would be an irreparable loss for each of us. The preservation of this common heritage and its transmission to future generations concern us all.

1. Ткачов, М.А. Замки Белоруссии / М.А. Ткачов. – Минск: Полымя, 1990. – 211 с.

2. Чантурия, В.А. История белорусской архитектуры / В.А. Чантурия. – Минск: Наука и искусство, 2001. – 172 с.

ИСПОЛЬЗОВАНИЕ АРОМАЛОГИИ В ИНДУСТРИИ ГОСТЕПРИИМСТВА НА ПРИМЕРЕ ООО «ЭВЕЛИН»

И.В. Воробьева, канд. культурологии, доцент,

Институт туризма Белорусского государственного университета физической культуры,
Республика Беларусь

Ароматы или запахи. Они окружают нас везде, всегда и всюду. Их роль в нашей жизни огромна. Почти каждый из нас уверен, что механизм восприятия запахов прост – молекулы того или иного вещества попадают на нервные окончания обонятельных нервов и передают информацию в мозг. Однако еще древние мудрецы со-

знавали, что запах является тончайшим проявлением материальной природы. И действительно, запах свежести и цветов способен поднять настроение и улучшить самочувствие, а запах гнили и грязи угнетает и подавляет хорошие эмоции.

Аромалогия или ароматология – наука, изучающая эфирные масла, натуральные ароматы, их воздействие на все сферы человеческой жизни. Маркетинговые исследования показывают, что наличие приятных ароматов вынуждает покупателей проводить в магазинах на 15–20 % дольше, чем обычно, что, соответственно, положительно сказывается на уровне продаж.

В последнее время можно наблюдать рост конкуренции во всех областях экономики развитых стран. Самая важная проблема состоит в привлечении клиентов и создании высочайшего уровня предлагаемого сервиса. Как и любая другая сфера экономики, индустрия гостеприимства нуждается в определенной структуре и целостности, которые обеспечивали бы ее конкурентоспособность.

В структуру индустрии гостеприимства входят:

- 1) предприятия общественного питания;
- 2) транспортные услуги;
- 3) культурно-развлекательные услуги.

Различные фирмы индустрии гостеприимства не могут использовать традиционные стратегии или методы продвижения услуг в отношении потребителей, так как ужесточение конкуренции приводит к необходимости разработки новых программ и генерированию идей по привлечению и удержанию клиентов.

В настоящее время существует определенная маркетинговая концепция управления туристическим бизнесом. Суть данной системы взглядов заключается в понятии «индустрия гостеприимства». Понятие «индустрия гостеприимства» является более широким, чем понятие «индустрия туризма». В основе этих двух сфер деятельности лежит понятие «гостеприимство», т. е. щедрость и дружелюбие по отношению к гостям.

Гостеприимство означает радушие по отношению к гостям или любезный прием гостей. Другими словами, данное понятие можно объяснить как производство услуг с проявлением персонального внимания по отношению к туристу и способность чувствовать его пожелания и потребности. Индустрия гостеприимства и заключается в том, чтобы предоставить туристу как потенциальному потребителю домашний уют и создать ту обстановку, которая бы отвечала всем запросам и требованиям клиента.

К тенденциям развития предприятий индустрии гостеприимства, получившим развитие в последние десятилетия, следует отнести;

1. углубление специализации гостиничного и ресторанного предложения;
2. образование международных гостиничных и ресторанных цепей;
3. развитие сети малых предприятий;
4. внедрение в индустрию гостеприимства новых компьютерных технологий.

Одной из данных технологий является применение аромалогии, необходимость использования которой представлена в анализе общества с ограниченной ответственностью «Эвелин». Оно относится к предприятиям общественного питания в г. Минске и располагается по адресу ул. Долгобродская, 4. Предприятие специализируется на оказании следующих видов услуг:

- услуги питания;
- услуги по изготовлению продукции;
- услуги по организации потребления и обслуживания;
- услуги по реализации продукции;
- услуги по организации досуга;
- информационно-консультационные услуги специалистов;
- прочие услуги (вызов такси, телефонная связь, заказ цветов, фотографирование и т. д.).

На предприятии действует линейно-функциональная структура управления. Трудовые отношения в ООО «Эвелин» регулируются коллективным договором. В нем предусмотрена повременно-премиальная форма оплаты труда для руководителей, а для работников кафе предусмотрена сдельно-премиальная. Оплата труда работников производится по нормам, предусмотренным трудовым законодательством и коллективным договором. ООО «Эвелин» 7 лет функционирует на рынке, и в настоящее время стадию ее развития, жизненного цикла можно охарактеризовать как «зрелость».

Анализ показателей финансовой независимости свидетельствует о том, что предприятие является финансово независимым, так как коэффициент автономии выше нормы (от 0,37 до 0,5). Только в 2009 году этот показатель ниже нормативного (всего 0,26). Коэффициент качества заемных средств говорит о том, что предприятие не использует долгосрочные займы (0 %). Коэффициент покрытия инвестиций также нулевой. В 2008–2010 гг. практически все показатели обеспеченности собственными оборотными средствами соответствуют норме, только в 2009 году коэффициент финансовой зависимости больше нормативного (3,78). Это свидетельствует о недостатке собственного капитала за счет уменьшения нераспределенной прибыли предприятия.

Баланс ООО «Эвелин» отличается быстроликвидными активами в 2009 и 2010 гг. (только в 2008 они медленноликвидны). Это означает, что при необходимости предприятие сможет в срок погасить имеющиеся

обязательства по кредиторской задолженности. Практически во всех периодах выполняется условие ликвидности, что говорит о том, что предприятие является платежеспособным и финансово устойчивым. Коэффициент оборачиваемости уменьшается на всем анализируемом периоде, что ведет к росту продолжительности оборота рассматриваемых показателей. Продолжительность производственного цикла увеличилась на 4 дня, это лишь незначительно сказывается на деятельности предприятия (в отрицательную сторону).

В качестве базовых правил формирования имидж-интерьера кафе «Эвелин» используется следующее:

- главной заботой ресторатора является цвет, фактура и уют в торговом зале (приоритет отдается теплым, спокойным тонам);

- особенно пристальное внимание уделяется скатертям, салфеткам, шторам, столикам, стульям;

- интерьер кафе «Эвелин» – это своего рода ансамбль, в котором взаимное соответствие отдельных элементов связано единым замыслом архитектора. Единство стиля в интерьере достигается соотношением объемно-пространственного решения, цветовой композиции, приемов освещения и декоративных элементов.

Основные принципы интерьера кафе «Эвелин» – комплексность и «фирменность» в оформлении. Интерьер включает объемно-пространственное, планировочно-технологическое решение помещений, их освещение, цвет стен, пола, потолка, отделочные материалы, декоративные и рекламные элементы, размещение и оформление технологического, холодильного, торгового оборудования, мебели, посуды.

Обычно в ресторане играют 3–5 музыкантов (пианино, ударные инструменты, аккордеон, труба, саксофон), выступающих с певцом – солистом или солисткой. Комфорт в зале обеспечивает правильно устроенная вентиляция. Она очищает воздушную среду от избытков теплоты, влаги, вредных паров. Принцип действия вентиляции заключается в том, что в зал подается чистый воздух, а удаляется загрязненный.

Для обеспечения гарантированного воздухообмена в кафе «Эвелин» применяют вентиляционные системы с механическим побуждением. Подают или удаляют воздух в этом случае вентиляторы с приводами от электродвигателей. В систему, удаляющую загрязненный воздух из помещения (вытяжная система), входит следующий комплект оборудования и устройств: вентилятор с электродвигателем, воздуховоды для перемещения и выброса загрязненного воздуха в атмосферу, регулировочные приспособления и приборы.

Для того чтобы выявить поведение потребителей кафе «Эвелин» и возможности применения ароматехнологий, были проведены маркетинговые исследования, которые проводились с помощью анкетирования среди посетителей анализируемого кафе.

На основании проведенного анкетного опроса можно сделать вывод о том, что большинство (более 76,8 %, или 130 человека) выбрали анализируемое кафе, по тому что им нравится кухня, удобное расположение в городе (17,5 %, или 30 человек), сервис (1,7 % или 3 человека), обстановка в зале (0,5 %, или 1 человек) и другое (3,5 %, или 6 человек).

В результате выполнения анализа внутренней среды кафе обнаружены следующие сильные стороны: географическое положение, имидж предприятия, цены на услуги, и слабые стороны: квалификация исполнителя на предприятии, эффективность рекламы, своевременность выполнения, заказов предприятия.

В результате выполнения анализа внешней среды ресторана выявлены следующие возможности: технологии, потребительский рынок, покупательная способность целевых потребителей, и угрозы: новые конкуренты, которые могут выйти на рынок, уровень культуры населения, рыночная доля.

Таким образом, успешная деятельность кафе зависит от того, в какой степени заведению удастся привлечь и удержать клиентов. Решение этой основной задачи зависит от многих составляющих: меню, кухни, интерьера, музыкального сопровождения, уровня культуры обслуживания, внешности персонала, его поведения в соответствии с нормами корпоративной этики, т. е. культуры сервиса в целом.

На анализируемом предприятии предлагается внедрение технологий аромологии. В нашем случае для ароматизации помещений ООО «Эвелин» следует воспользоваться услугами сторонней организации ООО «Арома стиль». Предполагается использование жидкостного оборудования, в стоимость аренды которого входят расходные материалы и обслуживание специалистом выбранной компании в период эксплуатации.

Предлагается использование такого аромата, как «клубника со сливками», так как научно доказано, что данный вид вызывает аппетит у посетителей. Помимо этого известно, что использование аромоаппарата повышает рост выручки от реализации на 30 %.

Таким образом, приведенные расчеты доказали, что при применении технологий аромологии, в данном случае ароматизации или создания собственного аромоаппарата (вид профессиональной деятельности, возникший на стыке дизайна интерьеров, профессиональной аромотерапии и маркетинга; представляет собой целый комплекс мероприятий, создающий специальную ароматическую атмосферу, стимулирующую те или иные эмоции человека), хозяйственная деятельность анализируемого кафе улучшится по всем показателям, что еще раз подчеркивает необходимость дальнейшего исследования и использования полученных результатов на предприятиях индустрии гостеприимства нашей страны.

СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ PR-МЕТОДОВ В КОМПЛЕКСЕ ПРОДВИЖЕНИЯ УСЛУГ ТУРОПЕРАТОРА

И.В. Воробьева, канд. культурологии, доцент,

Институт туризма Белорусского государственного университета физической культуры,
Республика Беларусь

Специфика современной жизни требует от субъектов экономических взаимоотношений проведения глубокого анализа протекающих на рынке процессов, дабы обеспечить эффективное использование имеющихся ресурсов и качественное удовлетворение потребительских требований. Ситуационный анализ помогает проанализировать внутреннюю и внешнюю сферы деятельности туристского предприятия, что позволяет выработать конкурентную стратегию развития предприятия в условиях рыночной экономики.

SWOT-анализ – это оперативный диагностический анализ состояния фирмы и ее среды, который осуществляется с целью выявления потенциала силы (S) потенциала слабости (W), установления возможностей (O), предоставляемых организации внешней средой, а также выявления угроз (T) для фирмы со стороны внешней среды. В ходе этого анализа проверяется, в какой области компания конкурентоспособна, а в какой нет. Процедура проведения SWOT-анализа в общем виде сводится к заполнению матрицы, в которой отражаются и затем сопоставляются сильные и слабые стороны предприятия, а также возможности и угрозы рынка. Это сопоставление позволяет четко определить, какие шаги могут быть предприняты для развития компании, и на какие проблемы необходимо обратить особое внимание. Данная матрица предоставляет руководителям компании структурированное информационное поле, в котором они могут стратегически ориентироваться и принимать решения. SWOT-анализ деятельности ООО «ИнтерХолидейСервис» представлен в таблице.

Сильные стороны (S):	Слабые стороны (W):
<ul style="list-style-type: none"> – официальное представительство туроператора с успешным опытом работы на туристическом рынке; – налаженная система отношений со стратегическими партнерами; а также высокие комиссионные для агентств и разработанная бонусная система; – собственные принимающие компании или представители на всех направлениях; – эффективная работа фирменного офиса компании; – качественный турпродукт, широкий ассортимент предлагаемых услуг; – хорошие отзывы потребителей о работе ООО «ИнтерХолидейСервис»; – Узнаваемый бренд; – широкий спектр туристических направлений; – профессионализм и ответственность менеджеров; – гибкая ценовая политика, система накопительных дисконтных карт. – возможность сегментирования клиентов по интересам и т. д. 	<ul style="list-style-type: none"> – высокие цены относительно основных конкурентов; – зависимость успешности бизнеса от сезонов года; – неразвитость направления внутреннего туризма; – сбои в работе ONLINE бронирования; в работе сервера сайта, являющегося основным инструментом продаж; – часто неактуальная информация на сайте; – Недостаточность вылетов из регионов; – высокая арендная плата, обусловленная местоположением; – постоянный рост числа фирм-конкурентов. – недооценка значимости проведения постоянных маркетинговых исследований; – отсутствие специалистов по коммуникационной политике фирмы (PR, маркетингу, рекламе); – пренебрежение использованием новейших технологий в сфере продвижения продуктов, формировании имиджа, укрепления репутации
Возможности (O):	Угрозы (T):
<ul style="list-style-type: none"> – постоянный рост выездного туризма на 4–5 %; – разорение и уход с рынка конкурирующих компаний в связи с финансовым кризисом; – развитие региональных аэропортов, появление новых маршрутов; – развитие Интернет технологий; – увеличение количества мобильных клиентов, способных напрямую бронировать туры туроператоров; – усиливающийся спрос на туры в Европу, США и другие неплывные направления; – увеличение численности в потребительской среде независимых групп потребителей – горнолыжников и любителей экскурсий; – совершенствование технологии продаж, обучение кадров на семинарах. – предложение новинок к началу сезона (исходя из пожеланий клиентов, выявленных в процессе маркетинговых исследований). – обслуживание дополнительных групп потребителей; – освоение новых рекламных технологий и увеличение роли PR в продвижении услуг туроператора 	<ul style="list-style-type: none"> – снижение спроса на туристические услуги; – снижение глубины продаж турпродуктов, усиливающийся спрос на last minute («горящие») туры; – рост доллара и евро; – снижение количества авиаперевозок; – превышение предложенных чартерных программ над величиной спроса; – усиление «информационной» войны между туроператорами; – падение объемов реализации услуг в связи с изменением вкусов потребителей; – усиление позиций международных туристических корпораций; – усиление конкуренции, рост налогов в отрасли; – кризисы: политические конфликты, природные бедствия в странах по основным направлениям; – спад в экономике

На основании проведенного анализа маркетинговых коммуникаций ООО «ИнтерХолидейСервис» и комплексного SWOT-анализа деятельности фирмы автором работы предложен ряд рекомендаций по совершенствованию маркетинговой стратегии фирмы путем внедрения PR-технологий для минимизации угроз фирме и повышения эффективности. Хорошее отношение общественности – величайшее преимущество организации, какое только у нее может быть. Положительно настроенная по отношению к фирме и хорошо информированная общественность является одним из решающих факторов выживания фирмы.

Большинство приемов PR связаны с прессой, так как личная коммуникация не может быть осуществлена со всей общественностью, а только с ее частью, конкретной аудиторией, поэтому компании заинтересованы в сотрудничестве со СМИ для трансляции необходимой информации целевым аудиториям. При обилии качественных специальных мероприятий, проводимых организацией (семинары, мастер-классы), отсутствует их освещение в СМИ, а значит, степень информированности о событиях в среде существующих и потенциальных клиентов и партнеров довольно низкая. Таким образом, мы считаем целесообразным в качестве первой рекомендации предложить целенаправленную работу по налаживанию коммуникаций с журналистами – формирование пула журналистов и приглашение их на значимые мероприятия.

Кроме того, не обойтись без одного из главных и наиболее распространенных PR-документов – пресс-релиза. Для каждого СМИ пресс-релиз пишется отдельно и не содержит прямого призыва к покупке услуг конкретной туркомпании, скорее, это информация, посвященная теме туризма или какой-то конкретной стране, либо анонс предстоящего специального события туроператора. Пресс-релиз должен быть оформлен по всем правилам данного вида PR-документов (фирменный бланк организации, наличие контактных данных и контактного лица, принцип «перевернутой пирамиды», единство времени и места и др.). Как уже подчеркивалось ранее, вся информация предоставляемая в СМИ, должна быть актуальной и значимой, что необходимо для создания и поддержания репутации надежного и своевременного источника информации. Данный принцип касается не только пресс-релизов, но и всех других материалов, предоставляемых в СМИ (бэкграундеры, значительные статьи, кейс-истории).

Следующие рекомендации касаются области web-коммуникаций. Неоспоримым преимуществом для компании является возможность пользоваться официальным сайтом туроператора ООО «ИнтерХолидейСервис», который грамотно разработан, четко структурирован и полностью обслуживается офисом. Но, при всей эффективности, стоит осваивать более прогрессивные интернет-технологии, а именно – использование социальных сетей и блогосферы. Освоение блогосферы для туроператора можно рассматривать в двух аспектах: первый – размещение корпоративного блога ООО «ИнтерХолидейСервис», который создается, скорее, для неофициального общения с аудиторией. Здесь будут уместны качественные PR-тексты туристической направленности – рассказы о путешествиях, важные «мелочи» при подготовке к поездке, новости туристического бизнеса и др.

Следующий аспект – сотрудничество с блоггерами или «лидерами мнений», которые теперь воспринимаются как потенциально интересная аудитория для приглашения на пресс-мероприятия, пресс-туры. Для того чтобы эффективно работать с блоггерами, необходимо для начала определить список тех, кто потенциально интересен компании. Регулярно знакомиться с содержимым дневников каждого из блоггеров, чтобы знать тональность его постов и его предпочтения. Приглашать блоггеров на мероприятия необходимо не стандартным официальным письмом, а оптимально готовить индивидуальный текст, где раскрыть, почему ему может быть интересно на мероприятии компании. Положительные посты блоггера, не являющегося сотрудником компании-туроператора, о пресс-туре, организованном ООО «ИнтерХолидейСервис», а также позитивные отзывы о качестве обслуживания вызовут больше доверия у потенциальных клиентов-пользователей он-лайн ресурсов, нежели доклад официального представителя компании.

Неоспоримым преимуществом для организации может стать грамотно организованная группа на сайтах социальных сетей, необходимая для неофициального общения с целевыми группами общественности. При этом важным фактором успеха будет являться своевременное обновление информации, регулярные ответы на запросы пользователей и постоянное инициирование интересных и актуальных обсуждений. Официальный представитель компании должен быть среди администрации группы и быть постоянно на связи. Впрочем, это утверждение актуально для любой PR-активности компании в web 2.0. Кроме того, для привлечения потенциальных клиентов целесообразно проведение выступлений на форумах тематических сайтов путешествий. Если целенаправленно отслеживать и отвечать на вопросы «А где бы мне отдохнуть этим летом?», то можно создать потребительский интерес к направлениям, предоставляемым конкретным туроператором.

Таким образом, проанализировав специфику маркетинговых коммуникаций ООО «ИнтерХолидейСервис», автор данной работы пришел к выводу, что основным средством продвижения своего туристического продукта компания выбирает различные виды рекламных коммуникаций, пренебрегая менее затратными в большинстве случаев инструментами PR-продвижения. Поскольку в настоящее время уровень доверия к рекламным сообщениям у общественности значительно снизился, компании необходимо находить новые пути налаживания коммуникаций с клиентами. Вследствие чего были предложены рекомендации по повышению эффективности маркетинговых коммуникаций данной организации по средствам внедрения PR-инструментов, которые при минимальных затратах будут способствовать достижению важной цели – установлению долгосрочных и доверительных отношений с главными целевыми группами общественности – СМИ, клиентами, партнерами.

ПОДГОТОВКА ТУРИСТОВ-ВОДНИКОВ К ПОХОДАМ II КАТЕГОРИИ СЛОЖНОСТИ

Е.Р. Горбонос, О.С. Микитчик, канд. наук по физ. воспитанию и спорту,
Днепропетровский государственный институт физической культуры и спорта,
Украина

Бурные темпы научно-технической революции изменили условия жизни и требуют пересмотра многих устоявшихся представлений. Как известно, рост нервно-эмоциональных нагрузок на фоне малоподвижного образа жизни и отрыва человека от природы негативно влияет на здоровье. Одним из лучших и доступных средств укрепления и оздоровления организма является активный спортивно-оздоровительный туризм [1, 2, 3].

Туризм имеет большие возможности для развития таких важных качеств, как наблюдательность, сообразительность, смелость, решительность. В туристских походах человек учится ориентироваться на местности, познает окружающую среду, организм хорошо приспосабливается к частой смене двигательной деятельности и многое другое. Этот универсализм туризма принципиально отличается от других видов спорта [3, 4]. К сожалению, в современных условиях развития туристической отрасли недостаточное количество внимания уделяется именно научному обоснованию процесса подготовки туристов к категорийным походам, что и обуславливает актуальность нашей темы исследования.

Цель – исследовать особенности подготовки туристов-водников 18–20 лет к оздоровительным походам II категории сложности.

Задачи исследования:

1. Проанализировать литературу по вопросам организации походов II категории сложности.
2. Разработать и внедрить в процесс подготовки туристов-водников специальные комплексы тренировочных средств, которые будут способствовать повышению их уровня подготовленности к походам II категории сложности.
3. Исследовать влияние оздоровительного похода II категории сложности на психофизиологическое состояние туристов-водников 18–20 лет.

Объект исследования – процесс подготовки туристов 18–20 лет к водному походу II категории сложности.

Предмет исследования – средства и методы развития физических качеств туристов-водников во время подготовки к походу II категории сложности.

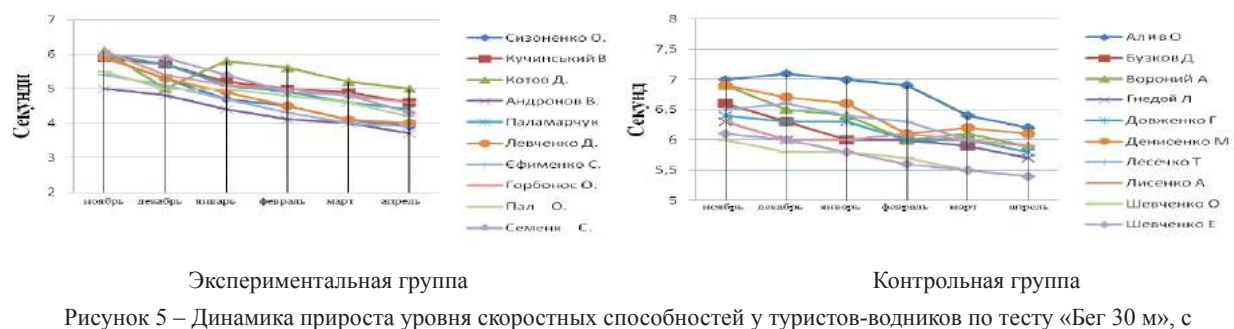
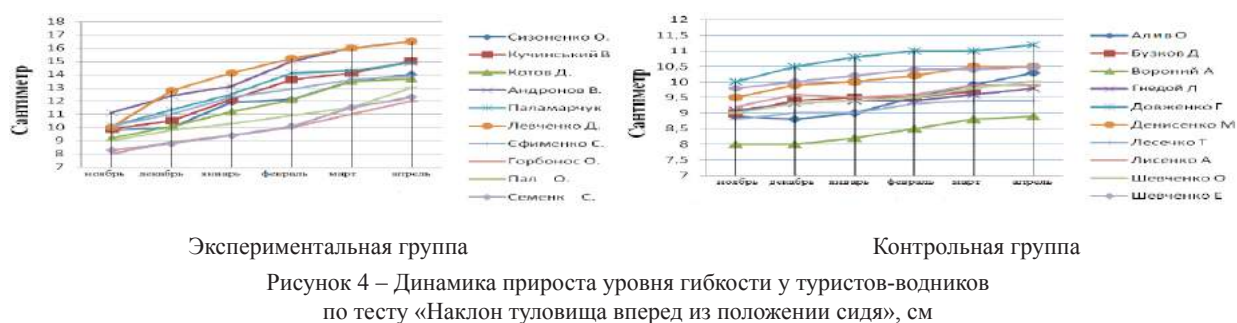
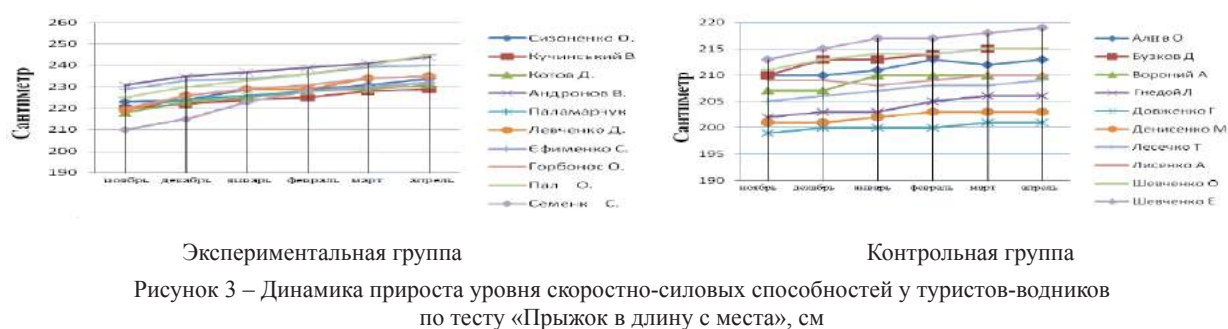
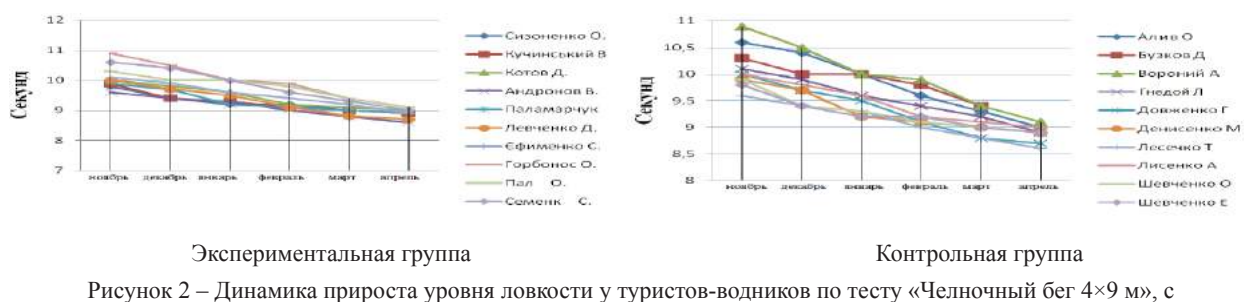
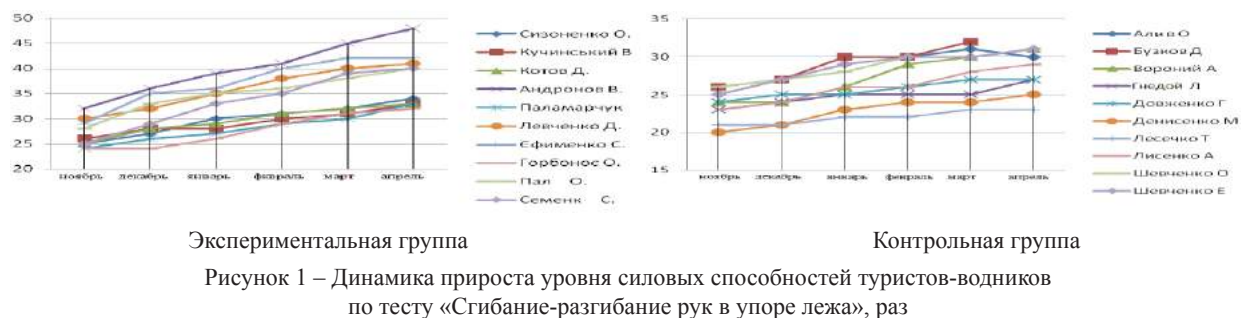
Методы исследования: анализ научно-методической литературы, антропометрия, медико-биологические методы исследования, психофизиологические методы исследования, педагогическое тестирование, педагогический эксперимент, математико-статистические методы исследования.

Организация исследования. Исследования проводились на протяжении 2008/2011 годов. В исследованиях приняло участие 10 юношей в возрасте 18–20 лет.

Результаты исследований и их обсуждение. На основе результатов литературного обзора научно-методической литературы по вопросам организации походов II категории сложности нами были разработаны и внедрены на протяжении осенне-зимнего периода подготовки комплексы упражнений, предназначенные для создания оптимальных условий для долговременной адаптации организма туриста к предельным нагрузкам, тождественным походным. Следует указать, что тренировочные занятия проводились 3 раза в неделю по 90 мин. а основным средством тренировки была имитация элементов пешеходного и горного туризма. Таким образом, методологической основой внедренных тренировочных комплексов была типовая программа по подготовке туристов-водников к походам II категории сложности с инновационным применением в их тренировочном процессе набивных мячей весом 1,5–2 кг. Данные средства применялись для повышения уровня развития силовых способностей, а также способности к ориентации в пространстве, координации движений различными частями тела между собой, к переключению, которые пригодятся во время выполнения специфических действий при маневрировании, сплаве по реке на катамаранах.

Данные упражнения были преимущественно направлены на рациональное способствование развитию у занимающихся умений мгновенно переходить от напряжения к расслаблению, и наоборот, от расслабления к напряжению. Считалось, что эти упражнения благотворно влияют на развитие двигательной реакции, силы мышц верхних конечностей, межмышечной координации и повышения тонуса мышц. Она играет важную роль в экстремальных условиях при решении поставленных задач. Так, например, при сплаве по реке с различными уклонами и возможными препятствиями турист может быстро ориентироваться, что ему делать, с какой силой и напряжением. Эти умения и навыки необходимы, особенно в походах высшей категории, где от действий спортсмена зависит его жизнь и жизнь товарища. Разработанные нами комплексы состояли из бросков, толчков и ловли мяча, выполнялись как с партнером, так и самостоятельно из различных исходных положений. Каждый вид упражнений имел несколько вариантов выполнения для избегания монотонности, формирования устойчивого навыка и повышения заинтересованности занимающихся. Тренировочные комплексы выполнялись течение 15–20 мин в основной части занятия или как дополнение к подготовительной части в виде разминки. Разработанные комплексы чередовались в течение недельного микроцикла, менялись в зависимости от вида нагрузки на занятиях, привыкания к упражнениям, и наращивания усталости на протяжении 6 мезоциклов.

С целью определения влияния предлагаемых комплексов тренировочных упражнений на уровень подготовленности туристов нами проводилось ежемесячное тестирование с применением 5 тестов. Тестирование проводилось по общепринятым методикам. На рисунках 1–5 нами представлена динамика прироста уровня развития физических качеств у туристов 18–20 лет на протяжении срока их подготовки к второму походу.



Детальный анализ динамики уровня физической подготовленности занимающихся в экспериментальной группе показал, что у всех наблюдается плавный прирост в течение всего курса тренировок. Однако наибольшие показатели прироста наблюдаются по таким показателям, как сила, гибкость, скорость, что подтверждается и данными приведенными в таблице 1.

Таблица 1 – Динамика уровня физической подготовленности туристов-водников

№	Тесты	Экспериментальная группа						
		До эксперимента			После эксперимента			p
		X	σ	m	X	σ	m	
1	Сгибание разгибание рук в упоре лежа, раз	26,80	2,78	0,88	37,60	5,36	1,69	$\leq 0,05$
2	Прыжок в длину с места, см	221,50	5,95	1,88	235,70	5,50	1,74	$\leq 0,05$
3	Челночный бег 4×9 м, с	10,11	0,39	0,12	8,91	0,16	0,05	$\leq 0,05$
4	Наклон туловища вперед из положения сидя, см	9,55	0,93	0,29	14,18	1,56	0,49	$\leq 0,05$
5	Бег 30 м, с	5,78	0,36	0,11	4,26	0,40	0,13	$\leq 0,05$
Контрольная группа								
№	Тесты	До эксперимента			После эксперимента			p
		X	σ	m	X	σ	m	
1	Сгибание разгибание рук в упоре лежа, раз	23,70	2,00	0,63	28,70	3,13	0,99	$\leq 0,05$
2	Прыжок в длину с места, см	206,70	4,74	1,50	210,10	5,65	1,79	$\geq 0,05$
3	Челночный бег 4×9 м, с	10,39	0,46	0,15	9,44	0,60	0,19	$\geq 0,05$
4	Наклон туловища вперед из положения сидя, см	9,13	0,56	0,18	10,05	0,63	0,20	$\geq 0,05$
5	Бег 30 м, с	6,50	0,35	0,11	5,79	0,27	0,09	$\leq 0,05$

Кроме того, нами был проведен ряд тестов для комплексной оценки состояния кардиореспираторной системы и соматотипа юношей, которые приняли участие в исследовании (таблица 2).

Таблица 2 – Динамика изменений физиологических показателей на протяжении эксперимента

№	Показатели	перед II походом			после II похода			p
		X	σ	m	X	σ	m	
1	ЖЕЛ, мл	5275,0	185,97	58,81	5510,23	166,33	52,60	$\geq 0,05$
2	Проба Штанге, с	60,10	4,25	1,35	71,10	3,70	1,17	$\leq 0,05$
3	Проба Генчи, с	22,01	2,11	0,67	26,37	3,50	1,11	$\leq 0,01$
4	ЧСС, ск/хв	60,40	1,84	0,58	59,48	1,65	0,52	$\geq 0,05$
5	Индекс Скибински, усл.ед.	57,33	9,01	2,85	61,26	2,87	0,91	$\geq 0,05$
6	Маса тела, кг	75,71	5,91	1,89	74,27	6,78	2,14	$\geq 0,05$
7	Индекс Кетле, г/см	401,23	20,79	6,57	387,18	22,14	7,00	$\geq 0,05$
8	МОК, мл	4905,0	231,48	73,20	5040,34	164,65	52,07	$\geq 0,05$
9	ЧД, циклы/мин.	16,61	1,90	0,60	14,96	3,14	0,99	$\leq 0,01$
10	Чувство времени, с	1,90	0,99	0,31	1,68	0,70	0,22	$\geq 0,05$
11	Теппинг-тест, кол-во	66,23	3,13	0,99	68,95	3,62	1,15	$\geq 0,05$

Таким образом, в ходе эксперимента мы получили данные из нескольких походов и определили влияние разработанной методики. Нами установлено, что исследование жизненной емкости легких (ЖЕЛ, мл) у лиц мужского пола в динамике говорят о расширении функциональных возможностей системы дыхания. Субъективные различия ЖЕЛ наступают уже после 6–10 дней пребывания в определенных условиях; достоверные различия замечены при систематических занятиях оздоровительным туризмом на протяжении всего курса за-

ятий. Безусловно, особый интерес исследований деятельности системы дыхания представляют пробы, которые оценивают ее функциональное состояние: проба на задержку дыхания на вдохе (проба Штанге) и проба на задержку дыхания на выдохе (проба Генчи). Как показали исследования, туристический поход положительно влияет на функциональные системы организма. Так, задержка дыхания на вдохе за 10-дневный период похода выросла на 11 с (с 60,1 до 71,1 с), а при задержке дыхания на выдохе – на 4 с (показатели выросли с 22 до 26 с). Следствием данных изменений является увеличение резерва легких, что также наблюдается и по увеличению показателя спирометрии (таблица 2).

Доказана эффективность предложенных комплексов с помощью расчета критерия Стьюдента. Особенно показателей минутного объема крови ($p \leq 0,01$), проб Штанге и Генчи ($p \leq 0,05$) и теппинг-теста ($p \leq 0,05$). Достоверность не прослеживается среди таких показателей как: ЖЕЛ, ЧСС, индекс Скибински, вес, индекс Кетле, ЧД, чувство времени. Это связано с тем, что экспериментальная группа имеет высокий уровень физического, физиологического и психического состояния, а также с правильной организацией туристического похода, который положительно влияет на организм.

Таким образом, **научная новизна наших исследований** состоит в том, что впервые внедрены в тренировочный процесс туристов-водников комплексы тренировочных средств с применением набивных мячей, которые способствовали улучшению физического состояния туристов-водников сборной команды г. Днепропетровска; дополнены сведения о состоянии туристической отрасли в Украине; расширены знания относительно влияния оздоровительных туристических категорийных походов на психофизиологическое состояние туристов-водников, а также их уровень подготовленности.

Выводы

1. В результате анализа научно-методической литературы выявлено, что процесс подготовки к оздоровительным походам II категории сложности, особенно в зимний период, является несовершенным.

2. Разработаны и внедрены в процесс подготовки туристов-водников специальные комплексы тренировочных средств, способствующие повышению уровня подготовленности туристов к водным походам II категории сложности.

3. Доказана эффективность использования авторских комплексов тренировочных упражнений с использованием набивных мячей, которые оказывают положительное влияние на уровень силовых и скоростных способностей, гибкости, а также на уровень функциональной подготовленности туристов по показателям минутного объема крови ($r \leq 0,01$), проб Штанге и Генчи ($r \leq 0,05$) и теппинг-теста ($r \leq 0,05$).

4. Туристический поход способствует повышению спортивной тренированности и работоспособности организма туриста и имеет общий оздоровительный эффект.

1. Долженко, Г.П. Основы туризма: учеб. пособие / Г.П. Долженко. – Ростов н/Д., 2009. – 146 с.
2. Зазгарская, И.Б. Проблемы и перспективы развития туризма на территории Украины / И.Б. Зазгарская. – 2005. – 196 с.
3. Зорин, И.В. Туризм как вид деятельности / И.В. Зорин, Т.П. Каверина, В.А. Квартальнов. – М.: Просвещение, 2003. – 350 с.
4. Храбовченко, В.В. Экологический туризм, особенности водного туризма: учеб.-метод. пособие / В.В. Храбовченко. – М.: Финансы и статистика, 2004. – 208 с.

ПЕРСПЕКТИВНЫЕ НАПРАВЛЕНИЯ ТУРИЗМА В ВЕСЕННИЙ И ЛЕТНИЙ ПЕРИОДЫ 2012 ГОДА

А.И. Грицкевич, Е.И. Конопляник,

Институт туризма Белорусского государственного университета физической культуры,
Республика Беларусь

Развитие туризма является одним из приоритетных направлений социально-экономического развития Республики Беларусь. Туристический центр Института туризма был создан с целью вовлечения студентов, преподавателей университета в регулярные занятия активными формами туризма, пропаганды и внедрения здорового образа жизни, развития нравственных, интеллектуальных и физических способностей личности, воспитания патриотизма и любви к родному краю.

За 2011 год в общем туристическом центре Института туризма было обслужено 489 туристов, основными направлениями его деятельности являлись города Беларусь, Украины и России. По Республике Беларуси были организованы экскурсионные туры выходного дня по Минску, Полоцку, Несвижу, Поставам и т. д.

Если проанализировать количество туристов, принимаемых ежемесячно на протяжении 2011 года, то можно отметить значительные колебания туристских потоков: так, в зимний и летний периоды количество туристов, с которыми сотрудничал туристический центр, гораздо меньше, чем в весенний и осенний. Это связано

с тем, что в основном туристический центр работает как туроператор и целевым сегментом являются студенты и сотрудники университета, поэтому именно весенний и осенний периоды являются наиболее благоприятными для организации экскурсионных туров.

Сезонность – весьма важный показатель в туристическом бизнесе, означающий неравномерность насыщенности потоков туристов в течение года. При этом можно выделить два основных критерия напряженности туристических потоков: привязка туристов к определенным целям путешествия (курортам, местам отдыха) и сезонность туристской активности в данном регионе (пики и спады отпусков).

Туристический центр Института туризма с учетом фактора сезонности должен подготовиться к спадам и подъемам туристского спроса на те или иные маршруты. Одной из глобальных задач, стоящих перед любой туристической фирмой, развивающей туризм, должно стать сглаживание этих пиков, распределение туристских потоков с максимально возможной равномерностью.

В связи с колебаниями туристического спроса в течение 2011 года (рисунок 1) и для выявления предпочтений в весенний и летний периоды в период с 6 по 10 февраля 2012 года сотрудниками и практикантами туристического центра Института туризма было проведено исследование, которое позволило выявить предпочтения студентов и преподавателей Белорусского государственного университета физической культуры в весенний и летний периоды 2012 года.

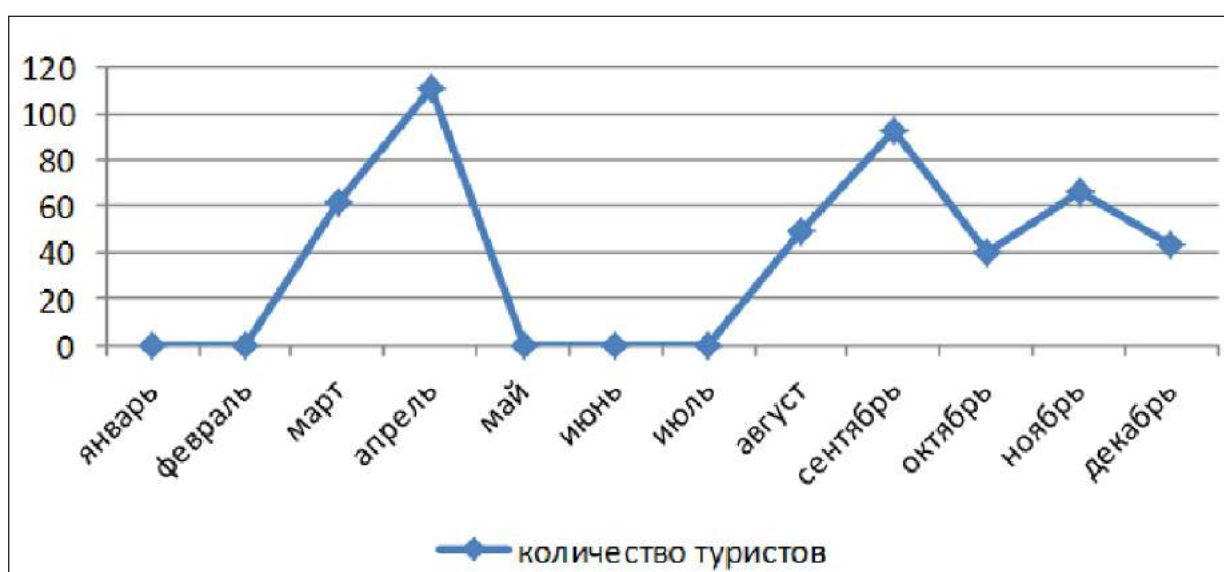


Рисунок 1 – Количество туристов, принятых за 2011 год

В качестве методов для проведения исследования было выбрано анкетирование. Туристическим центром было опрошено 100 студентов и 44 сотрудника университета различных структурных подразделений и факультетов.

В результате проведенного исследования были получены следующие данные: большинство студентов (83 %) поедут отдыхать летом, 12 % опрошенных не собираются отдыхать и только 5 % собираются отдыхать весной.

В свою очередь, схожая тенденция наблюдается и при опросе преподавателей: большинство респондентов (80 %) желают отдохнуть летом, малое количество преподавателей (4 %) ответили, что никуда не собираются ехать ни весной, ни летом, но желающих отдохнуть весной по сравнению со студентами университета больше – 16 %.

В результате анкетирования было выявлено, что наиболее популярными являются следующие направления: Крым (19 %), ОАЭ (11 %), Турция (7 %), Испания, Италия, Болгария, Европа (по 5 %). Преподаватели и сотрудники университета предпочитают отдыхать в этот сезон: в Крыму (16 %), ОАЭ (Дубаи) (11 %) в Испании (9 %), Египте, Турции, Таиланде (по 5 %).

Проанализировав предпочтения студентов по видам отдыха, мы получили следующий результат: предпочтение пляжному отдыху отдали большинство респондентов (62 %), на втором месте оказался экскурсионный туризм (35 %), оздоровительный туризм оказался менее интересен – только 3 % студентов отдали ему первое место (рисунок 2).

Среди преподавателей и сотрудников университета были получены схожие данные: предпочтение пляжному туризму отдали 62 % респондентов, экскурсионному отдыху – 26 % и только 12 % предпочли оздоровительный туризм (рисунок 3).

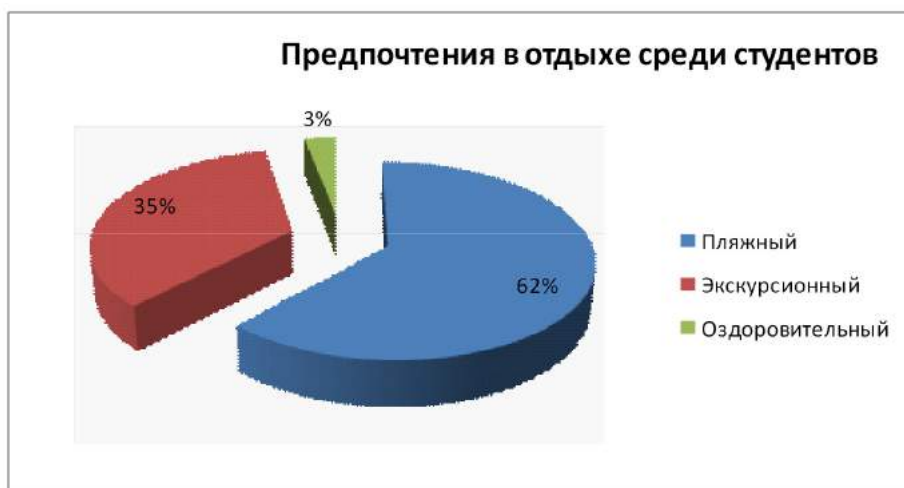


Рисунок 2 – Предпочтения в отдыхе среди студентов

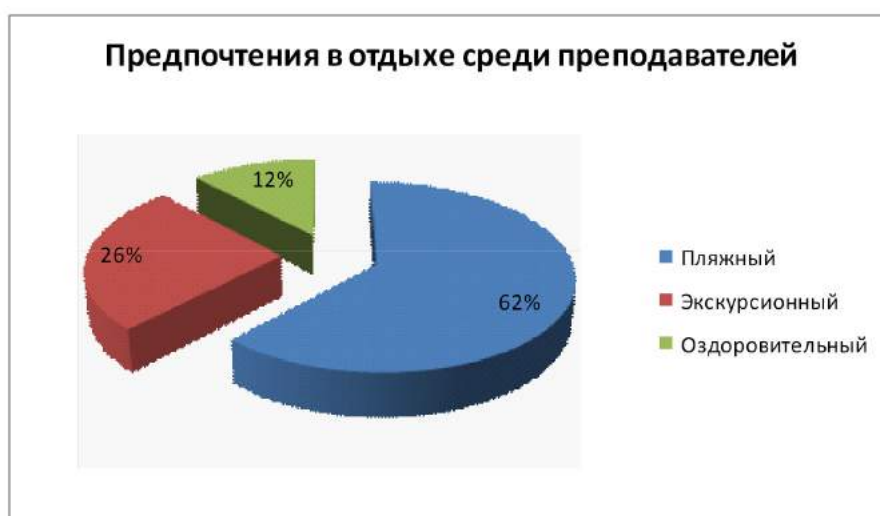


Рисунок 3 – Предпочтения в отдыхе среди преподавателей

Анализируя каждый вид отдыха по отдельности, можно сделать следующие рекомендации: в весенний и летний сезоны 2012 года большинство сотрудников и преподавателей университета (80 %) собираются отдыхать летом. Из них 16 % преподавателей отправятся этим летом на Крымский полуостров, 11 % желают отдохнуть в ОАЭ, просто «на море» – 9 % и в Испанию также отправится 9 % преподавателей. Большинство опрошенных (62 %) предпочитают пляжный отдых.

Таким образом, в результате анализа ответов преподавателей и сотрудников, в деятельности туристического центра Института туризма можно рекомендовать следующие направления деятельности:

При организации **пляжного отдыха** продолжительность тура в соответствии с желанием большинства респондентов должна быть в пределах 10–15 дней, при этом стоимость путевки должна составлять 500 у.е. и выше. При подборе гостиницы необходимо ориентироваться на отель бизнес-класса (4–5 звезд), с трехразовым питанием, до береговой линии должно быть не более 10 минут ходьбы. При организации тура большинство опрошенных (79 %) считают необходимым предоставление трансфера. Следовательно, Туристический центр Института туризма может предлагать туры на Крымский полуостров в соответствии с данными характеристиками.

При организации **экскурсионного отдыха** продолжительность экскурсионного тура должна составлять 4–7 дней, при этом стоимость – 200 у.е. и выше. Важно отметить, что при подборе гостиницы необходимо ориентироваться на отель тур-класса. Большинство сотрудников (67 %) предпочитают, чтобы по питанию в стоимость тура были включены только завтраки. При организации транспорта, прежде всего, необходимо ориентироваться на наличие кондиционера. Входные билеты в музеи, по мнению респондентов (75 %), должны входить в стоимость тура.

При организации **оздоровительного отдыха** продолжительность тура, по мнению большинства сотрудников, должна составлять 10–15 дней, при этом сумма ограничена в 100–200 у.е. Возможно проживание в

гостинице эконом–класс с трехразовым питанием, при этом трансфер до места отдыха необходим. Также необходимо включить в стоимость тура оздоровительные процедуры. Все сотрудники единогласно ответили, что выбирают для оздоровления санатории Республики Беларусь. В связи с этим туристический центр Института туризма может предлагать в этот сезон оздоровительные туры в санатории Беларуси.

В результате анализа ответов студентов университета в деятельности туристического центра Института туризма можно рекомендовать следующие направления деятельности:

При организации **пляжного отдыха** большинство опрошенных студентов (62 %) считают оптимальной продолжительностью тура 10–15 дней. Оптимальная стоимость тура, по их мнению, должна составлять от 200–300\$ (36 %). Проживать они хотели бы в гостинице тур-класса (49 %), причем должно быть включено в стоимость тура трехразовое питание (завтрак, обед, ужин) – 47 %. 77 % респондентов считают, что трансфер до места отдыха необходим. Самые популярные направления для организации пляжного отдыха: Крым – 19 %, ОАЭ – 11 %, Турция – 7 %, Болгария – 5 %

При формировании **экскурсионных туров** оптимальная продолжительность поездки 4–7 дней, стоимость ее должна быть в пределах 50–100 у. е. При организации проживания необходимо ориентироваться на гостиницу туркласса с трехразовым питанием (завтрак, обед, ужин). При выборе автобуса необходимо учитывать его комфортабельность, при этом наличие кондиционера обязательно, не менее важно, чтобы предлагали чай, кофе. Билеты в музеи должны входить в стоимость тура. Наиболее интересными турами для студентов университета являются Санкт-Петербург, Киев и Вильнюс.

При организации **оздоровительных туров** оптимальная продолжительность путевки 7–10 дней со стоимостью до 100\$. Приемлема гостиница эконом-класса, но необходимо включение в стоимость трехразового питания, оздоровительных процедур. Также необходимо предоставление трансфера. Для студентов туристический центр Института туризма также должен предлагать санатории Беларуси.

ОРГАНИЗАЦИЯ ПРОВЕДЕНИЯ РЕКРЕАЦИОННО-СПОРТИВНЫХ ТУРИСТИЧЕСКИХ СОРЕВНОВАНИЙ (НА ПРИМЕРЕ ПРИКЛЮЧЕНЧЕСКОЙ ГОНКИ)

Д.С. Дорошко, Л.П. Хлюст,

Белорусский государственный университет физической культуры,
Республика Беларусь

К началу XXI столетия человечество ощутило устойчивую потребность в активном и, даже более того, экстремальном отдыхе. Выросло поколение, которое понимает свободу как неограниченность пространства, новые ощущения и собственный стиль. Его привлекает романтика приключений и приток адреналина в крови. Традиционные виды спорта начинают отступать под натиском экстремальных видов, все больше напоминающих увлекательные приключения. Один из таких видов нетрадиционного, чрезвычайно физически тяжелого и зачастую опасного проведения досуга – приключенческие гонки (Adventure race)[1].

Во всем мире приключенческие гонки становятся все более популярными. Зрелищные, не похожие на другие виды спорта, они привлекают широкий круг активных людей: от любителей до спортсменов. Каждая гонка уникальна, разнообразие этапов и заданий делает ее отличной от всех предыдущих.

За годы проведения соревнований в международной практике сформировался ряд требований, которым должна соответствовать каждая приключенческая гонка. Прежде всего, это командное соревнование, его цель – прохождение определенного маршрута за минимальное количество времени. Преодоление дистанции гонки проходит со сменой этапов в различных дисциплинах, сменяющих друг друга на разных этапах маршрута (бег по пересеченной местности, скалолазание, горный велосипед, гребля и многие другие)[2].

Это разнообразие и делает приключенческие гонки по-настоящему мультиспортивными. Участники испытывают себя в различных дисциплинах, пробуют новые способы передвижения и проверяют свою выносливость.

Первые приключенческие гонки, или гонки на выживание, появились в мире в 1989 году. Исторически первой признанной гонкой считается Рейд Галуаз (Raid Gauloises), который прошел в Новой Зеландии в 1989 году и собрал несколько международных команд.

Источником приключенческих гонок в России, вероятно, можно назвать довольно распространенные соревнования по туристскому многоборью, спортивному ориентированию и разнообразные вело марафоны. Первая приключенческая гонка России была проведена в июне 2002 года, в это же время была создана Федерация мультиспорта и экстремальных гонок.

Первая гонка Беларуси была организована в октябре 2007 года под названием «Гремячее». В июле этого же года прошла летняя гонка «Окинчицы». Зимой 2008 года была проведена гонка «Ислочь», которая, несмотря на суровую зимнюю погоду, собрала более 100 участников [3].

30 декабря 2008 года минский горисполком зарегистрировал спортивно-массовое учреждение «Федерация приключенческих гонок». Таким образом, появление Федерации стало основой для дальнейшего стремительного развития приключенческих гонок в Беларуси.

Успешное проведение приключенческих гонок в большой мере определяется эффективным планированием и постановкой на местности соответствующих дистанций и этапов [4]. Вопросы организации и проведения соревнований по сходным видам спорта, таким, как туристско-прикладное многоборье, спортивное ориентирование и поисково-спасательные работы, достаточно подробно освещены в литературе. Однако приключенческие гонки имеют свою специфику в постановке и планировании дистанций, а соответствующей литературы – ограниченное количество. Исходя из этого, изучаемый вопрос представляется достаточно актуальным, заслуживающим внимания, так как может иметь практическое значение.

В связи с этим было проведено исследование на предмет изучения всех аспектов организации и проведения приключенческих гонок. В процессе исследования изучались современные методологические подходы к планированию дистанций и проведению соревнований по технике и тактике спортивного туризма, проводился анализ проведенной приключенческой гонки «Полесье 2011», выявлялись слабые стороны в управлении организацией приключенческих гонок, а также разрабатывались методические рекомендации для организаторов приключенческих гонок с целью усовершенствования процесса управления.

Приключенческая гонка «Полесье 2011» проводилась 22–23 октября 2011 года на территории Мозырского района Гомельской области Республики Беларусь в рамках Кубка приключенческих гонок «Промвад Тур'11».

В исследованных соревнованиях участвовали 14 команд дистанции «Про-класса», 34 команды «Вело-класса» и 8 команд «Трек-класса» (по 2 участника в команде).

В рамках проведенных исследований предполагалось определить критерии качества (стандарты) организации и проведения приключенческих гонок, а затем оценить по этим критериям проведенную приключенческую гонку «Полесье» как по объективным показателям (продолжительность гонки, количество этапов и др.), так и по субъективным (мнения участников гонки).

При определении стандартов дистанции приключенческой гонки мы исходили из обозначенных стандартов дистанции в «Правилах проведения приключенческих гонок в Республике Беларусь» [5].

Из этих полученных результатов можно сделать вывод, что дистанции всех классов по своей технической сложности этапов, их адекватность (по сложности и физической трудности) были рациональны и приемлемы.

Кроме анализа непосредственно результатов соревнований, для оценки качества дистанции весьма важно было выяснить мнение о ней самих участников. Оценке подвергались субъективные оценочные показатели этапов «интерес для участника», «практическая значимость» и «организация этапа», формата гонки, организационных составляющих (подготовка, проведение, судейство), также были описаны их претензии и пожелания.

Участники оценивали указанные показатели после окончания гонки путем заполнения анкет. В работе нами использовались оценки 8 этапов, формата гонки и организационных моментов.

При заполнении анкет участники указывали свои замечания и предложения по поводу организации и проведения приключенческих гонок. Все данные были собраны и систематизированы по категориям. Они представлены на диаграмме (рисунок 1).

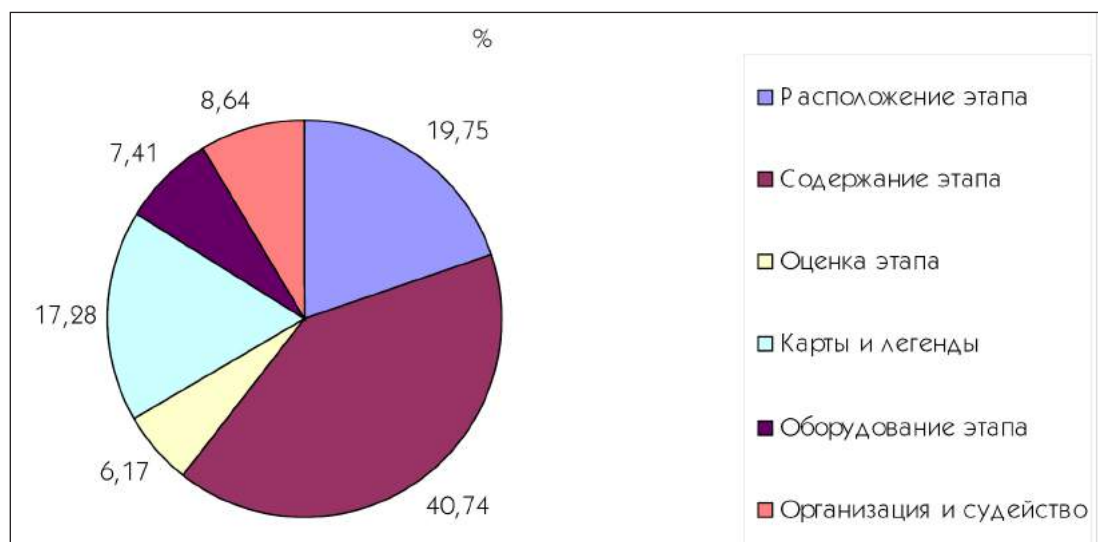


Рисунок 1 – Основные замечания участников

Большая часть замечаний участников касалась оборудования этапов (40,7 %). Далее следовали замечания по расположению этапов (19,7 %), картографическим материалам и легендам (17,8 %), организации этапов и судейства на них (8,6 %), а также содержанию этапов и их балльной оценке (7,4 и 6,1 % соответственно). Изучив все замечания и предложения, можно сделать следующие выводы:

- Организаторам следует более детально продумать оборудование этапа, не пренебрегать значительными элементами оборудования, например, такими, как светоотражатели на контрольных пунктах, которые планировалось брать в темное время суток.

- Продумать расположение этапа. Каждый этап и дистанция в целом должна быть логично привязанной к местности.

- При выборе формата гонки следует делать акцент на возможность творческого подхода участников к планированию дистанции, т. е. по возможности увеличить количество вариантов движения и порядка взятия контрольных пунктов и этапов.

- Сократить до минимума возможность превосходства участников друг над другом.

- Организовать квалифицированное судейство этапов, исключить нарушения правил участниками.

- По возможности выбирать районы, имеющие более новый картографический материал. Если такой возможности нет, то самостоятельно редактировать карты.

Эффективным с точки зрения сохранения динамичности соревнований на всем их продолжении оказалось применение инструмента лимитированного контрольного времени на этапе (участках) ориентирования. Использование данного инструмента помогает точнее дифференцировать результаты команд на соревнованиях и оценить их уровень подготовленности. Для использования контрольного времени на дистанции необходим точный расчет его значения и обеспечение возможности действительного снятия с участка дистанции технически неподготовленных участников соревнований.

1. Сайт федерации приключенческих гонок РБ [Электронный ресурс]. – 2002. – Режим доступа: <http://arf.by/> – Дата доступа 12.05.2011.

2. Сайт федерации приключенческих гонок РФ [Электронный ресурс]. – 2002. – Режим доступа: <http://www.x-race.msk.ru/page.php?16>. – Дата доступа 12.05.2011.

3. Сайт федерации приключенческих гонок Украины [Электронный ресурс]. – 2002. – Режим доступа: <http://www.x-race.msk.ru/page.php?28>. – Дата доступа 12.05.2011.

4. Ганопольский, В.И. Уроки туризма: пособие для учителей /В.И. Ганопольский – Минск.: НМЦентр, 1998. – 216 с.

5. Правила проведения приключенческих гонок в Республике Беларусь. – 70 с.

ПРОБЛЕМЫ И ПЕРСПЕКТИВЫ АГРОТУРИЗМА

Н.А. Жарикова, Л.П. Хлюст,

Белорусский государственный университет физической культуры,
Республика Беларусь

Туризм играет одну из главных ролей в мировой экономике, обеспечивая десятую часть мирового валового национального продукта. Эта отрасль экономики развивается быстрыми темпами и в ближайшие годы станет наиболее важным ее сектором.

Агротуризм – достаточно новое направление туризма и является интересным для изучения. В нашей стране имеется огромный потенциал в данном направлении благодаря имеющимся экоресурсам [1].

Такое направление, как агротуризм, появилось сравнительно недавно, поэтому наряду с имеющимися проблемами имеет смысл говорить и о перспективах развития этого вида туризма в Республике Беларусь.

На примере западных стран можно судить о том, что агротуризм может вносить существенный вклад в экономику. Страны Западной Европы уже давно оценили перспективность данного направления туризма и прикладывают массу усилий для еще большего развития, расширения этой отрасли. Основываясь на опыте этих стран, Республике Беларусь также следует сделать акцент на это направление туризма. Конечно, необходимо учесть тот факт, что моментальное развитие агротуризма в совокупности с качеством предоставляемых услуг абсолютно не гарантировано. На процесс становления отдельного вида туризма необходимо значительное количество времени, а также материальных затрат. Однако даже в случае малого потока туристов, особенно иностранных, в пока еще не до конца сформировавшемся агротуризме нашей страны, следует учитывать выигрышное географическое положение Республики Беларусь. Это страна, находящаяся на пересечении большого количества маршрутов, популярных в Европе. Поэтому следует отметить, что даже при минимальном вкладе в агротуризм поток иностранных туристов может быть гарантирован (рисунок 1). А путем развития этой отрасли возможно воздействовать на потоки иностранных туристов, граждан республики, путешествующих внутри страны, а значит, тем самым воздействовать и на экономику [2].

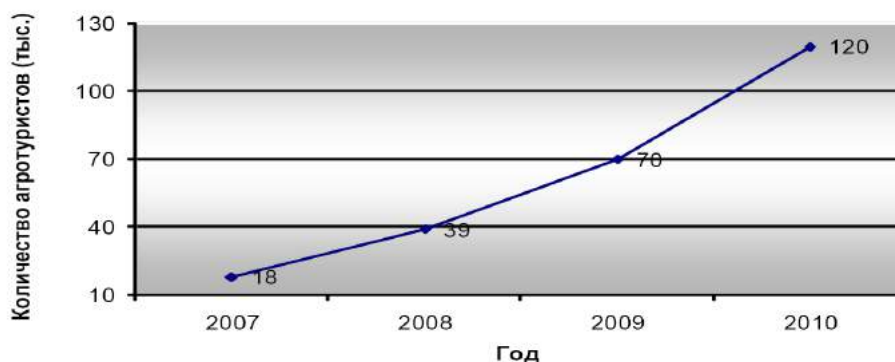


Рисунок 1 – Сравнительный анализ количества зарегистрированных агротуристов по годам (2007–2010 гг.)

С целью изучения проблем и перспектив развития агротуризма нами было организовано исследование на примере деятельности агротуристической усадьбы с точки зрения полноты предоставляемых услуг и удовлетворенности людей, посещающих агроусадьбу, с целью разработки рекомендаций по расширению комплекса и улучшению качества обслуживания. В нем мы ставили перед собой следующие задачи: рассмотреть агротуризм как одно из направлений туризма, выяснить наиболее актуальные, по мнению владельцев агроусадьб, проблемы организации, исследовать степень удовлетворенности агротуристов предоставляемыми услугами в агроусадьбе «Кроличья Нора» поселка Ждановичи Минского района.

Исследование проводилось на базе агроусадьбы «Кроличья Нора», а также на туристической выставке «Турбизнес – 2011», проходившей осенью 2011 года. Агроусадьба «Кроличья Нора» расположена в Минской области, в деревне Гонолес. Эта деревня находится всего в 10 километрах от Минска и в 2-х километрах от Заславля, недалеко от санатория «Юность» (выезд через Ждановичи и Ратомку). Дом сделан из оцилиндрованного бревна, имеются двухуровневые номера с удобствами (горячая вода, туалет, ЖК-тв, DVD, холодильник, миникухня), места под шашлык с мангалами. Возможны такие виды отдыха, как рыбалка, сбор ягод и грибов, русская баня. При желании можно искупаться в Минском море, провести лечение в санатории «Юность», покататься на теплоходе, катамаранах, лодках, велосипедах, осуществить прогулку на Остров Любви [3]. Одним из достоинств этой агроусадьбы является то, что насладиться тишиной и чистым воздухом сельской местности можно, не отъезжая далеко от суетливой столицы.

Для проведения исследования были разработаны две анкеты.

Одна анкета создана для агротуристов, отдыхающих в агроусадьбе «Кроличья Нора», по которой было опрошено 82 респондента. В ней содержались такие вопросы, как: понравился ли вам отдых в агроусадьбе «Кроличья Нора»? На этот вопрос положительный ответ дали практически все отдыхающие, а точнее 71, ответ «да, но могло бы быть и лучше» дали только 11 человек, отрицательного ответа не дал никто. Также был вопрос и об обслуживающем персонале агроусадьбы, который звучал так: понравилось ли Вам отношение обслуживающего персонала и его квалификация? «Да» ответили все агротуристы без исключения. Такой результат говорит о том, что, нанимая на работу сотрудников агроусадьбы, к вопросу об их подготовке подошли крайне ответственно, зная то, что вежливый, дружелюбный, а главное, квалифицированный персонал – залог успеха любой организации. Зато мнения о качестве питания, предоставляемого агроусадьбой, разошлись (рисунок 2).



Рисунок 2 – Анализ отзывов посетителей о кухне, предоставленной агроусадьбой

По нашему мнению, результат не тот, который хотелось бы видеть. Вероятно, он связан с тем, что очень много людей в наши дни стали путешествовать по разным странам и, следовательно, пробовать кухню разных национальностей и стран, а кухня, предоставляемая нашими агроусадьбами, просто не производит впечатления в силу избалованности туристов. Возможно, стоило бы сделать акцент на одно из направлений кухни, будь то белорусская, украинская или средиземноморская, тогда уже, исходя из него, можно было бы расширять ассортимент конкретно той кухни, в которой агроусадьба специализируется. Все клиенты, у которых в планах стоит посещение этой агроусадьбы, будут заранее знать, какая кухня им будет предложена. Так как вопрос питания является одним из самых актуальных в агротуризме, то просто необходимо внести корректировки в проблему такой важности.

Вторая анкета была специально разработана для владельцев агроусадьб, по ней было опрошено 18 человек на туристической выставке «Турбизнес-2011». В ней освещались такие вопросы, как: с какими проблемами Вам приходилось сталкиваться в организации деятельности Вашей агроусадьбы? Для агровладельцев основными проблемами являлись: нехватка финансов, дороговизна стройматериалов. Некоторым не удавалось получить территорию, которую хотели арендовать. Так же владельцы агроусадьб столкнулись с такой проблемой как отсутствие полиграфической продукции, в частности, рекламных брошюр, листовок и т. д., однако вариант о недостатке знаний в области маркетинга для продвижения продукта не выбрал не один предприниматель. Такой результат дает понять о том, что большинству желающих создать свой собственный агротуристический бизнес мешает лишь нехватка средств, что лишний раз подтверждает теорию, что на начальных этапах формирования, бизнес, связанный с агротуризмом, требует больших капиталовложений, а инвесторов зачастую не хватает. Вероятно, их было бы больше, если бы люди были больше проинформированы об агротуризме в целом, и о том насколько выгодной отраслью туризма он является. На вопрос о планах по совершенствованию своей агроусадьбы предприниматели практически единогласно дали положительный ответ. Идеи и планы у владельцев агроусадьб самые разнообразные: начиная с озеленения территории и вплоть до создания водоемов и постройки дополнительных сооружений (пристроек, беседок и т. д.). Лишь малая часть опрошенных не планирует в ближайшее время проводить мероприятия по совершенствованию своего комплекса (5 человек). По таким результатам опроса можно судить о том, что развитие агротуристических баз, комплексов и др. не стоит на месте, а наоборот, каждая из них, стремится занять лидирующие позиции на рынке данного вида туристических услуг.

Исходя из таких результатов опроса, можно сделать вывод, что на территории Минской области уже имеются достойные внимания туристов агроусадьбы. Все, начиная от кухни и до квалификации обслуживающего персонала, тщательно продумано, и этим моментам уделяется большое внимание. С каждым годом все большее количество жителей Республики Беларусь становятся осведомленными о данном направлении туризма. Это происходит посредством рекламы в СМИ и других источниках, а следовательно, у владельцев агроусадьб появляется все большее количество потенциальных клиентов. Предпринимателям известно, что успешность агротуристической усадьбы, либо целого комплекса, зависит от того, насколько удовлетворены сервисом клиенты. Поэтому на данном этапе развития этого сектора туризма принимаются меры по усовершенствованию территории, постройке либо реставрации сооружений, расположенных на территории, предназначенной для отдыха агротуристов. Все это делается для того, чтобы условия проживания соответствовали запросам посетителей. Исходя из опроса, можно сделать вывод, что к настоящему времени было приложено немало сил и вложено немалое количество средств в развитие инфраструктуры усадеб, чтобы времяпрепровождение агротуристов сделать как можно более беззаботным, а размещение комфортабельным.

Что касается посетивших агроусадьбу «Кроличья Нора», то их удовлетворяют предоставляемые ею услуги, однако они указывают на необходимость расширения их ассортимента. Естественно, что на вопросы, предоставленные в анкете, были даны и негативные отзывы клиентов, но это следует расценивать как лишнюю подсказку, благодаря которой будущее вашей агроусадьбы можно будет слепить собственными руками. А зная, что для большинства владельцев агроусадьб и для нашей страны в целом успешность агротуризма – именно и есть тот заветный результат, можно смело сказать, что мы стоим на верном пути!

1. Лученок, С.А. Агротуризм: мировой опыт и развитие в Республике Беларусь / С.А. Лученок. – Минск: БГЭУ, 2008.
2. Клицунова, В.А. Сельский туризм Беларуси: истоки и перспективы. Беларусь в мире / В.А. Клицунова. – 2004. – № 3.
3. Пресс-релиз [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://vp.by/vp-obj_139.htm. – Дата доступа: 06.03.2012.

СОВРЕМЕННОЕ СОСТОЯНИЕ АГРОЭКОТУРИЗМА В РЕСПУБЛИКЕ БЕЛАРУСЬ И ПЕРСПЕКТИВЫ ЕГО РАЗВИТИЯ

Н.А. Жданович,

Институт туризма Белорусского государственного университета физической культуры,
Республика Беларусь

Агротуризм – это вид деятельности, организуемый в сельской местности, при котором формируются и предоставляются для приезжих гостей комплексные услуги по проживанию, отдыху, питанию, экскурсионному обслуживанию, организации досуга и спортивных мероприятий, занятиям активными видами туризма, организации рыбалки, охоты, приобретению знаний и навыков [1]. Агротуризм (сельский туризм, «зеленый» туризм) – очень широкое понятие, общепризнанного определения которому пока не дано. С точки зрения географической – это туризм за пределами городской черты на территории с низкой плотностью населения. С точки зрения туристского продукта – это набор разнообразных услуг от проживания в сельском доме, экологических туров, приключенческих походов до непосредственного участия в жизни местного населения. В мире наблюдается поворот от массового туризма к более содержательным видам путешествий. На смену трем S (Sun-Sea-Sand,) – солнце, море, песок, приходят три L (Landscape-Lore-Leisure) – пейзаж, традиции, досуг. И здесь деревне есть что предложить: пасторальные сельские пейзажи, традиционный крестьянский образ жизни, экологически чистые продукты [2].

«Агротуризм – малая отрасль сельского хозяйства», – считают уже во многих европейских странах. Достоинством агротуризма является и то, что он не ориентирован на одновременное привлечение крупных кредитов. Он способен развиваться постепенно, опираясь на местные средства, привлекая небольшие инвестиции из самых разных источников.

Международный опыт показывает, что во многих европейских странах это направление вначале получило значительное развитие как сектор внутреннего туризма. В нынешних социально-экономических условиях Беларусь должна сделать упор на то, чтобы агротуризм стал основным направлением на внутреннем туристском рынке. В связи с большим ростом цен на туристские услуги и падением платежеспособности 70 % населения страны проводит отпуск в своем регионе. Максимум что могут себе позволить граждане, входящие в эту потребительскую группу, это отдых в деревне, отдых выходного дня на дачных участках, а также отдых детей летом в лагере. В данных ситуациях альтернативой может служить агротуризм. Без развития внутреннего агротуризма и отработки навыков и ассортимента туристского обслуживания на белорусских туристах, невозможно успешное развитие международного уровня этого вида туризма, требующего знаний иностранных языков и культурных особенностей зарубежных стран.

В Беларуси сосредоточены огромные ресурсы для агротуризма – 20 тысяч рек, 10 тысяч озер, 39 % территории покрыто лесом, 7 % занято особо охраняемыми природными территориями, но эти объекты востребованы крайне неэффективно [3]. Несмотря на то, что Беларусь – единственная страна в Европе, где нет ни моря, ни гор, у нее есть значительный потенциал для развития этого вида туристической деятельности.

Мы сегодня осознаем, что агротуризм это возможность развития экономики в нашей стране. Так, для жителей деревень – это дополнительный доход и шанс улучшить свои жилищные условия. Для властей и страны в целом – это приток дополнительных средств в развитие инфраструктуры, создание новых рабочих мест, возможность развития туризма за пределами городов, где полностью отсутствуют гостиницы. А для туристов – возможность отдохнуть недорого в экологически чистой среде.

В настоящее время рынок агротуризма – один из самых быстроразвивающихся в Республике Беларусь. Количество усадеб, специализирующихся на услугах в сфере агротуризма, с каждым годом все увеличивается, как и число туристов становится все больше. Согласно сведениям Национального статистического комитета Республики Беларусь, Государственного пограничного комитета Республики Беларусь, Национального банка Республики Беларусь у нас по состоянию на 2010 год насчитывалось 1247 субъектов агротуризма в сравнении с 2008 годом, когда их было 474. Если рассматривать число субъектов на 2010 (2008) год по областям, то получается такая картина: Брестская область – 151 (75), Витебская – 322 (157), Гомельская – 131 (31), Гродненская – 180 (70), Минская – 255 (125), Могилевская – 208 (16) [4]. Эти данные показывают значительное повышение интенсивности развития агротуризма за последние годы в Республике Беларусь.

Развивающийся агротуризм в нашей стране уже заинтересовал не только жителей Беларуси, но и международных туристов. Так, в 2010 году численность белорусских туристов, воспользовавшихся услугами агротуризма крестьянских (фермерских) хозяйств – 5307 человек, а услугами физических лиц – 103221 человек. Всего за 2010 год из стран СНГ (Беларусь, Россия, Украина) воспользовались услугами агротуризма 117411 человек, большая часть – белорусы (108528 чел.) и россияне (8247 чел.). Среди туристов из других стран, не входящих в СНГ, больше всего Беларусь посетили жители: Литвы (402 чел.), Польши (302 чел.), Германии (290 чел.), Латвии (108 чел.), Италии (89 чел.). Общая численность обслуженных туристов всего за 2010 год составила 119214 человек, а в 2008 году она была равна 39052 человек – следовательно, количество туристов по агротуризму возросло в 3 раза [4].

Всем туристам предоставляются разные виды услуг на их усмотрение: посещение бани, предоставление блюд белорусской кухни, плавание на плотках, поездки на велосипедах или байдарках, рыбалка и охота, знакомство с местной жизнью, ремеслами и традициями. Участие в повседневной жизни деревенской семьи: кормление птицы и кроликов, доение коров, чистка лошадей, походы на пасеку, сенокос. Гостям сельских домов с радостью покажут грибные, ягодные, рыбные места и помогут заготовить дары природы по старинным рецептам.

Суммы, которые были получены в 2010 году в оплату предоставляемых услуг крестьянскими (фермерскими) хозяйствами, составили 502,0 млн руб., а физическими лицами – 9523,9 млн руб. [4].

Чтобы повысить доходы от агроэкотуризма в стране необходимо формирование рынка агротуристических услуг. Это значит, что туристское обслуживание в деревне должно быть поставлено на поток в летний туристический сезон, а не осуществляться эпизодически.

Сдерживающими факторами развития агроэкотуризма также являются некоторые природные условия. Среди природных факторов, которые уменьшают развитие агроэкотуризма в Беларуси, – короткий благоприятный период для летнего отдыха. Это способствует снижению объемов туристского обслуживания за год и повышению затратоемкости агроэкотуристских услуг. Сезонность спроса можно сгладить, предлагая туристам в низкий сезон различные развлекательные программы, основанные на старинных праздниках, обрядах и обычаях. Так, например, период февраль – март можно сделать привлекательными благодаря празднованию масленицы, проводов зимы и др. народных праздников.

Также для развития агроэкотуризма требуются практические и эффективные системы координации между всеми заинтересованными сторонами, включая правительство, частные предприятия, местные органы власти. Необходимо создавать благоприятные инвестиционные условия (предоставлять кредитные, налоговые и другие льготы) в целях притока отечественного и иностранного капитала.

Дизайн сельских усадеб и других средств размещения должен осуществляться так, чтобы не допускать или сводить к минимуму любое негативное воздействие на природную среду. При этом сохранять старинные архитектурные ансамбли, использовать такие природные источники энергии, которые не загрязняют экологическую обстановку местности. Также стоит уделить внимание средствам транспорта и коммуникаций, используемым в указанных районах, которые должны иметь низкий уровень загрязнения.

Необходимо создавать информационные центры основных туристических регионов республики в области агроэкотуризма. В настоящее время только ООО «Агро- и экотуризм» владеет данными о предлагаемом отдыхе в сельской усадьбе. В рекламных материалах по агроэкотуризму должна содержаться достаточная информация о впечатлениях, на которые могут рассчитывать туристы, включая сведения о рельефе и климате, животном и растительном мире, и в целом о посещаемой местности. Сюда должна также включаться правдивая информация о размещении и организации питания, а также рекомендации о том, что можно и что нельзя делать в данном туристском центре. В зарубежных СМИ нужно регулярно проводить информационно-ознакомительные мероприятия с целью формирования имиджа Беларуси на мировом туристском рынке.

Предварительная оценка спроса на агроэкотуризм в Беларуси выявляет наличие большого рынка потенциальных потребителей. В первую очередь это городское население (6,9 млн человек) и особенно население крупных городов. Таким образом, потенциальный спрос и ресурсы для развития сельского туризма в Беларуси имеются. Есть и острая экономическая необходимость в сельском туризме. В принципе, наличие любого дома в сельской местности и живописные окрестности с водоемом или лесом – достаточное основание для приема туристов. В нашей стране уже существует общественное объединение «Агро- и экотуризм», которое объединяет более 700 человек, занимающихся организацией сельского туризма. Это главным образом жители белорусских сел и деревень, которые хотят освоить новую профессию и оборудовать на своих усадьбах сельские гостиницы типа «Bed&Breakfast». Люди разных возрастов и профессий (учителя, фермеры, экономисты) хотят начать свое дело, обеспечить себе и своей семье достойное существование, а заодно вдохнуть жизнь в свои, часто обветшавшие, деревни [3].

Таким образом, можно сделать вывод о том, что агроэкотуризм представляет собой одну из приоритетных сфер развития малого предпринимательства, так как способствует повышению уровня доходов сельского населения, развитию экономики и инфраструктуры сельской местности, сохранению и воссозданию культурного наследия регионов и многое другое. Все это позволяет уменьшить отток местных жителей, особенно молодежи в города, а также разнообразить выбор сфер профессиональной деятельности в сельской местности.

1. Большой глоссарий терминов международного туризма: в 2 т. – 2-е изд. – СПб.: Невский Фонд, 2003.
2. Агротуризм как идея бизнеса в Беларуси [Электронный ресурс] / Posrednik.by / Белорусский информационный бизнес портал – Режим доступа: <http://agrotour.biz>. – Дата доступа: 15.02.2012.
3. Клицунова, В. БОО «Отдых в деревне» / В. Клицунова // Белорусское общественное объединение «Отдых в деревне» [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.ruralbelarus.by/> – Дата доступа: 15.02.2012.
4. Туризм и туристические ресурсы в Республике Беларусь: статистический сборник / Национальный статистический комитет Республики Беларусь; редкол.: Е.И. Кухаревич (отв. ред.) [и др.]. – Минск, 2011. – 131 с.

РАЗВИТИЕ ЭКОЛОГИЧЕСКОГО ТУРИЗМА В ГОМЕЛЬСКОМ РЕГИОНЕ, КАК ОДНО ИЗ НАПРАВЛЕНИЙ АКТИВНОГО ОТДЫХА

Т.В. Золотухина,

Белорусский торгово-экономический университет потребительской кооперации,
Республика Беларусь

В Республике Беларусь туризм является составной частью национальной экономики и социально-культурной жизни. В настоящее время он переживает период становления, связанный с первоначальным накоплением финансового капитала, адаптацией к постоянно меняющимся условиям рыночной конъюнктуры внутри страны и за рубежом.

Туристский бизнес привлекает предпринимателей по многим причинам: небольшие стартовые инвестиции, растущий спрос на туристские услуги, высокий уровень рентабельности и минимальный срок окупаемости затрат. В туристической индустрии динамика роста объемов предоставляемых услуг приводит к увеличению числа рабочих мест намного быстрее, чем в других отраслях. Временной промежуток между ростом спроса на туристические услуги и появлением новых рабочих мест в туристическом бизнесе минимальный [5].

Туризм помимо огромного экономического значения играет большую роль в расширении границ взаимопонимания и доверия между людьми разных религий и культур. Его деятельность не ограничивается только торговлей товарами и услугами и поиском новых торговых партнеров, она направляется также на установление взаимоотношений между гражданами разных стран для сохранения и процветания мира.

Задача развития туризма требует решения множества сопутствующих задач: например, развитие транспортной системы, системы общественного питания, информационной инфраструктуры.

Беларусь вступила в рыночное хозяйство в тот период, когда на международном рынке уже произошли существенные изменения в отношении туризма.

Индустрия туризма – многоотраслевой производственный комплекс, занимающийся воспроизводством условий для путешествий и отдыха. Он является одной из самых значительных отраслей экономики в мире, а для некоторых развивающихся стран – основной экономической отраслью [2].

Туризм оказывает огромное влияние на многие ключевые отрасли экономики: транспорт и связь, строительство, сельское хозяйство, торговлю, производство товаров народного потребления.

В туристической индустрии динамика роста объемов предоставляемых услуг приводит к увеличению числа рабочих мест намного быстрее, чем в других отраслях. Значение туризма как источника валютных поступлений и расширения международных контактов постоянно растет. Туризм обеспечивает немалые поступления в государственный и местный бюджет через налоги от туристических предприятий, курортный, таможенный и другие сборы.

Развитие туризма играет важную роль в решении социальных проблем. Во многих странах мира именно за счет туризма создаются новые рабочие места, поддерживается высокий уровень жизни населения, создаются предпосылки для улучшения платежного баланса страны. Необходимость развития сферы туризма способствует повышению уровня образования, совершенствованию системы медицинского обслуживания населения, внедрению новых средств распространения информации и т. д.

Туризм оказывает положительное влияние на сохранение и развитие историко-культурного наследия, ведет к гармонизации отношений между различными странами и народами, заставляет правительства, негосударственные организации и коммерческие структуры активно участвовать в деле сохранения и оздоровления окружающей среды. Таким образом, туризм выступает своеобразным катализатором социально-экономического развития.

Туризм может и должен стать доходной отраслью экономики Беларуси, именно поэтому экономическому аспекту туризма уделяется столь пристальное внимание в нашей стране. Государственная программа развития туризма в Республике Беларусь, разработанная на период 2011–2015 годы, особую роль отводит видам туризма, основанным на природном потенциале страны [3].

Одним из приоритетных направлений является развитие экологического туризма, направленного на ознакомление с природными ценностями, экологическое воспитание и образование. Экологический туризм имеет большие перспективы в Гомельской области, где природные территории составляют около половины площади. Особенностью организации экологического туризма является его минимальное воздействие на природную среду, создание сети экологических гостиниц, организация экологического питания туристов.

Экологический туризм включает посещение экологически чистых природных территорий, не измененных или минимально измененных деятельностью человека, – заповедников, заказников, национальных парков. Основой развития экологического туризма в Гомельской области является сеть особо охраняемых природных территорий.

Экологический туризм в Гомельской области развивается Национальным парком «Припятский». В разные времена года посетителям предлагаются пешеходные и водные маршруты, на которых можно полюбо-

ваться красотой лесов и дубрав, где можно увидеть редких животных и птиц. Особенно во время весенних паводков, когда Припять разливается в ширину на многие километры, туристы могут наблюдать до 180 видов птиц. Любителям фотоохоты предоставляется возможность съемки животных в течение года с учетом сезонной экологии видов.

Перспективы развития экотуризма предполагают наиболее планомерное использование их ресурсов, выражающихся в проектировании и разработке экологических и эколого-культурных туристских маршрутов. Любые формы регулируемого туризма (и особенно экологический и эколого-культурный туризм) являются предпочтительными видами деятельности для большинства территорий Гомельщины. Вместе с тем в нашей стране пока накоплен незначительный опыт в развитии экологического и эколого-культурного туризма. В связи с этим проблема оценки экотуристского потенциала особо охраняемых природных территорий страны и основных форм его использования в свете повышенного внимания к развитию экотуризма приобретает все большую актуальность.

Экологический туризм должен быть: обращенным к природе (как девственной, так и окультуренной) и основанным на использовании преимущественно природных ресурсов; не наносящим ущерба или минимизирующим ущерб среде нашего обитания, то есть экологически устойчивым; направленным на экологическое образование и просвещение, на формирование отношений равноправного партнерства с природой; заботящимся о сохранении местной социокультурной среды; экономически эффективным и обеспечивающим устойчивое развитие тех районов, где он осуществляется [4].

Развитие экологического туризма диктуется новым мышлением, концепцией устойчивого или, точнее, поддерживающего развития. Эта концепция была разработана и принята на Конференции ООН по окружающей среде в 1992 году.

Под устойчивым развитием понимается процесс, происходящий без нанесения ущерба туристическим ресурсам. Это достигается таким управлением ресурсами, при котором они могут возобновляться с той же скоростью, с которой используются, либо переходом с медленно возобновляемых на быстро возобновляемые ресурсы [4].

В Беларуси экотуризм развит слабо – чаще экскурсии или туры нацелены исключительно на демонстрацию достопримечательностей, «экзотических чудес» и «красот природы», а не на постижение экологических проблем и активное участие в их решении.

Можно сделать вывод, что среди различных видов туристического бизнеса один из самых перспективных в плане сохранения среды обитания и самого туризма – это экологический туризм.

Что касается нашей страны, то экотуризм по существу переживает начальную стадию своего развития и является малоизученным, а поэтому перспективным направлением рынка туристических услуг.

1. Азар, В.И. Экономика туристского рынка / В.И. Азар, С.Ю. Туманов. – М.: ИПКГосслужбы, 1998. – 203 с.
2. Веткин, В.А. Технология создания туристского продукта / В.А. Веткин. – М.: ГроссМедиа, РОСБУХ, 2008. – 200 с.
3. Государственная программа развития туризма в Республике Беларусь на 2011–2015 годы. – Минск: М – о спорта и туризма Респ. Беларусь, 2011.
4. Дроздов, А.В. Основы экологического туризма: учеб. пособие / А.В. Дроздов. – М.: Гардарики, 2005. – 271 с.

МЕТОДОЛОГИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ ОЦЕНКИ ИНВЕСТИЦИОННЫХ ПРОЕКТОВ В ИНДУСТРИИ ТУРИЗМА И ГОСТЕПРИИМСТВА

М.Е. Кобринский, д-р пед. наук, профессор,

Белорусский государственный университет физической культуры,
Республика Беларусь,

Л.В. Сакун,

Институт туризма Белорусского государственного университета физической культуры,
Республика Беларусь

В Белорусском государственном университете физической культуры с 2011 года осуществляется подготовка по специальностям магистратуры в сфере туризма и гостеприимства практико-ориентированного назначения, что актуально для Беларуси по переходу на инновационный путь развития экономики. Подготовка магистров по специальности 2-й ступени высшего образования «Управление инновационными проектами в туристической индустрии» (степень «магистр управления») формирует высококвалифицированных специалистов, подготовленных к разработке и реализации инновационных проектов развития туристической индустрии как на государственном, так и на региональном уровнях [6].

Важнейшим условием эффективной деятельности туристического предприятия является управление инвестиционным процессом с целью получения в перспективе социально-экономического эффекта: дополнительные доходы, увеличение объема капитала, имущества, расширение инновационных процессов в индустрии туризма и гостеприимства, укрепление технического, кадрового потенциала, повышение конкурентоспособности национального турпродукта и др.

В инвестиционном проекте для сферы туризма и гостеприимства должны быть обоснованы следующие задачи [1]:

- технические, касающиеся строительства, модернизации, аренды отдельных объектов, отвечающих потребностям клиентов;
- экономические, обосновывающие выбор данных инвестиций, исходя из предполагаемого эффекта (увеличение выручки от реализации, снижение уровня затрат, повышение рентабельности капитала, имущества);
- экологические (ограничивающие негативное влияние на природу), климатические условия в данной местности, в которой предполагается расположить туристический объект;
- финансовые, определяющие величину затрат на разных этапах выполнения инвестиций, источники и методы финансирования, денежные потоки в конкретных периодах реализации этих мероприятий. Все решения должны быть подчинены эффективности выбранного проекта с учетом его позитивных финансовых результатов.

Особым этапом инвестиционного процесса в сфере туризма и гостеприимства является обоснование конкретных многовариантных инвестиционных проектов. Наиболее капиталоемкими являются инвестиционные проекты, связанные с реализацией стратегических целей, так как они предполагают значительные затраты на новое строительство объектов инфраструктуры туристической индустрии, модернизацию существующего технического потенциала, внедрение инновационных видов туристических продуктов, экспансию новых рынков размещения туристических услуг. Оценка инвестиционного проекта в индустрии туризма и гостеприимства предполагает финансовое обоснование проекта за счет обеспечения определенного соотношения затрат и результатов. Соотношение затрат и результатов оценивается для отдельных интервалов времени, отдельных частей проекта и для процесса разработки и реализации в целом. В туристической индустрии оценивают коммерческую, бюджетную, экономическую эффективность проекта [2, 4, 5].

Коммерческая эффективность проекта в сфере туризма характеризуется потоками денежных средств: инвестиционных, операционных, финансовых. Поток денежных инвестиционных средств при обосновании проекта детализируется по следующим элементам: земля, здания, сооружения, машины, оборудование и передаточные устройства, нематериальные активы, оборотный капитал. Поток операционных денежных средств включает выручку от продажи туров, туристических услуг и другой продукции, внереализационные доходы, элементы переменных и постоянных затрат, амортизацию зданий и оборудования, проценты по кредитам, налоги и сборы. Поток финансовых средств состоит из собственного капитала, краткосрочных и долгосрочных кредитов, погашения задолженности, выплаты дивидендов. Очевидной эффективностью инвестиционного проекта в туристической индустрии является положительность потоков реальных денег в каждом контролируемом интервале времени. Отрицательность денежных потоков свидетельствует о необходимости привлечения краткосрочных кредитов в индустрию туризма и гостеприимства, а следовательно, потребует учета соответствующих затрат.

Дополнительными оценками коммерческой эффективности проекта являются: срок погашения задолженности; доля участников в общем объеме инвестиций в туристическую индустрию; структура потоков реальных денег.

Бюджетная эффективность инвестиций в сфере туризма и гостеприимства характеризует взаимоотношения с бюджетом страны или местной властью при выполнении проекта. Бюджетный эффект показывает превышение доходов над расходами для конкретного бюджета в конкретные интервалы времени. В состав расходов бюджета включают: прямое финансирование проекта; кредиты банков, выделяемые за счет бюджета; выплаты по государственным ценным бумагам; льготы по налогам; расходы на страхование рисков; различные компенсационные выплаты за счет бюджета.

Доходы бюджета складываются из налоговых поступлений от участников инвестиционного проекта в туристической индустрии; изменений налоговых поступлений от сторонних предприятий, обусловленных выполнением проекта; таможенных пошлин и акцизов; эмиссионного дохода от выпуска ценных бумаг под осуществление проекта; платы за пользование ресурсами; погашения кредитов; отчислений во внебюджетные фонды. На основе расходов и доходов бюджета вычисляются срок окупаемости бюджетных затрат, внутренняя норма бюджетной эффективности, степень участия государства в реализации инвестиционного проекта в индустрии туризма и гостеприимства.

Экономическая эффективность инвестиционного проекта в туристической индустрии рассматривается с позиций всего хозяйства страны, региона. При ее определении в состав результатов проекта включают: конечные результаты по формированию, продвижению и реализации туров, оказанию услуг в индустрии гостеприимства, производству материальной продукции; социальные и экономические изменения для участников

проекта и используемых хозяйственных объектов и инфраструктуры туризма; финансовые результаты, кредиты и затраты, а также косвенные результаты на прилегающей территории.

Финансовые показатели, характеризующие проект, включают показатель привлечения заемных средств; надежность финансирования; деловую активность; прибыльность. Так, по коэффициенту соотношения заемных и собственных средств можно судить об относительной самостоятельности инвестора, а надежность финансирования определяется долей долгосрочных займов в их общей величине. Чем больше объем долгосрочных займов (заемный капитал), тем выше надежность финансирования.

Деловая активность определяется соотношением результатов и капитала в построенном и введенном в эксплуатацию объекте инфраструктуры туризма и гостеприимства. Это может быть соотношение реализации туров, услуг, продукции и стоимости активов или себестоимости туристической продукции и стоимости не реализованных услуг системы размещения, питания, развлечений, рекреации.

Прибыльность инвестиционного проекта можно определить либо по доходу участников при выполнении проекта, либо по прибыли от объекта инфраструктуры туризма и гостеприимства после завершения проекта. Показатели прибыльности включают: соотношение валовой прибыли и себестоимости (рентабельность) ~30 %; чистой прибыли и себестоимости > 8 %; чистой прибыли и вложенного капитала > 15 %.

В состав документации, обосновывающей эффективность инвестиционного проекта в индустрии туризма и гостеприимства, должны входить: балансовый отчет; отчет о движении денежных средств; отчет о финансовых результатах; общие капитальные вложения; потребность в оборотных средствах; калькуляция производственных издержек; источники и объемы финансирования; сальдо реальных денег по интервалам времени; возврат кредитов; социальные и экологические последствия.

Основными причинами риска и неопределенности в инвестиционном проектировании в индустрию туризма и гостеприимства являются: нестабильность законодательства; неопределенность политической ситуации; неполнота исходных данных; колебание рыночной конъюнктуры; неопределенность природных условий; неопределенность поведения участников проекта. Поэтому в составе инвестиционного проекта предусматриваются спецмероприятия, призванные компенсировать возможный будущий риск.

В мировой практике крупные туристические компании для финансирования инвестиций выпускают облигации, которые представляют собой вид ценных бумаг. В данном случае эмитент подтверждает право на временное привлечение заемных средств и одновременно обязуется погасить в установленные сроки определенные проценты, а по истечении оговоренного срока выкупить эмитированные облигации. Эта форма привлечения заемных средств имеет ряд преимуществ, которые характеризуются более низкими затратами на их эмиссию, отсутствием ограничений в их использовании в установленном периоде.

В последние годы в качестве инвесторов предприятий туристического бизнеса выступают иностранные юридические и физические лица, которые участвуют в создании отдельных туристических объектов или принимают долевое участие в финансировании отечественных туристических предприятий [3].

При обосновании структуры источников финансирования инвестиционных проектов необходимо руководствоваться реальными возможностями их привлечения и одновременно учитывать затраты на их приобретение.

Разработка проектов базируется на детальном анализе конкретной ситуации туристического предприятия, который позволяет оценить:

- состояние его материальных, трудовых ресурсов и взаимосвязи с партнерами туристического бизнеса;
- качество и ассортимент туристических услуг, спрос на них в текущем и будущем периодах;
- финансовое положение (финансовые результаты, ликвидность баланса, платежеспособность, уровень задолженности);
- позитивные и негативные стороны функционирования предприятия (анализ методом SWOT), которые указывают направления конкретных задач для реализации стратегических целей.

Весь инвестиционный процесс должен быть охвачен контролем, который осуществляется как на стадии разработки отдельных калькуляций, планов, так и при их выполнении, т. е. осуществлении конкретных действий. После завершения инвестиционного проекта, эксплуатации соответствующих объектов проводится детальный анализ достигнутых результатов.

Содержание подготовки специалистов по инновационному проектированию в индустрии туризма и гостеприимства подтверждается тенденциями экономического развития Беларуси и современного реформирования системы образования и составляет совокупность научных знаний и практических методик по разработке и продвижению инновационных идей, технологий, услуг, программных продуктов, приносящих реальный положительный эффект в установленные проектом сроки.

1. Киреева, Е.Ф. Финансовый менеджмент туристических организаций: учеб.-практ. пособие / Е.Ф. Киреева, О.А. Пузанкевич, С.Ф. Зубарева. – Минск: БГЭУ, 2007.

2. Соболева, Е.Л. Финансово-экономический анализ деятельности туристской фирмы: учеб.-метод. пособие / Е.А. Соболева. – М.: Финансы и статистика, 2002.

3. Филипповский, Е.Е. Экономика и организация гостиничного хозяйства / Е.Е. Филипповский, Л.В. Шмарова. – М.: Финансы и статистика, 2003.
4. Бригхэм, Ю. Ф. Финансовый менеджмент / Юджин Ф. Бригхэм, Майкл С. Эрхардт; пер. с англ. – СПб: Питер : Лидер, 2010. – 959 с.
5. Гукова, А.В. Управление предприятием: финансовые и инвестиционные решения: курс лекций / А.В. Гукова, И.Д. Аникина, Р.С. Беков. – Москва: Финансы и статистика: Инфра-М, 2010. – 183 с.
6. Государственная программа развития туризма в Республике Беларусь на 2011–2015 годы: Постановление Совета Министров Республики Беларусь от 24 марта 2011 г. № 373.

ФИЗИЧЕСКАЯ РЕКРЕАЦИЯ В СФЕРЕ ОРГАНИЗАЦИИ ДОСУГА НАСЕЛЕНИЯ СТАВРОПОЛЬСКОГО КРАЯ

С.А. Котло, канд. пед. наук, Е.Н. Котло, канд. биол. наук, доцент,
ФГБОУ ВПО «Ставропольский государственный университет»,
Российская Федерация

Социологические исследования показывают, что здоровье населения России ухудшается из года в год, что крайне неблагоприятно влияет на демографическую ситуацию. Средняя продолжительность жизни россиян около 65 лет, а у мужчин – 57–58 лет, и имеет тенденцию к снижению. Несмотря на то, что наметились положительные тенденции – естественный прирост населения увеличивается, но пока остается еще отрицательным. По этим причинам все еще сокращается численность населения страны, что создает реальную угрозу сохранению России как государства и цивилизации.

Снижение жизненного потенциала человека, преобладание смертности над рождаемостью делает обоснованной перспективу старения нашего общества. На сегодняшний день остается актуальной проблема поиска путей формирования и сохранения здоровья человека, его активного долголетия и трудоспособности. Как известно, двигательная активность, учитывающая психофизические особенности и потребности личности, способствует приостановлению процессов преждевременного старения, сохранению высокой работоспособности и здоровья человека. Имеющийся научный и практический опыт свидетельствуют о том, что наиболее адекватным способом формирования двигательной активности взрослого человека является физическая рекреация. Ее основная цель – это оптимизация психофизического состояния любого человека, реализация его невостремованного физического потенциала. Результаты исследований свидетельствуют, что физическая рекреация позволяет развивать необходимые физические возможности [3, 4], выступает фактором успешности человека в профессиональной деятельности [2, 7], способствует развитию определенных качеств личности – повышению самооценки [1], развитию коммуникативных качеств [5], изменению эмоционального состояния – улучшению настроения [8], которые способствуют успешности в жизни и самореализации.

В целом физическая рекреация – это одна из форм рекреации, осуществляемая посредством двигательной деятельности с использованием физических упражнений в качестве основных средств, ее аспекты представлены практически во всех ее видах. Главным признаком физической рекреации следует считать ее конечный результат (цель), ради которого она и организуется, – сохранение и укрепление здоровья человека, формирование основ здорового образа жизни и потребности в физической активности на основе регулярного использования разнообразных рекреационных средств.

Качественно организованная оздоровительно-рекреационная деятельность всегда является результатом осознанной доработки, связанной с рекреационным потенциалом места, элементами культурного ландшафта региона, потребностями и интересами общества, климатогеографическими условиями, национальными особенностями. Среди рекреационных средств к наиболее популярным относят следующие: пешие прогулки являются доминирующими; проведения досуга вне дома (отдых с семьей и друзьями на природе, реках, морях, озерах); походы по историческим местам и осмотр достопримечательностей [4, 9]. Наряду с ними существуют и другие средства рекреационной деятельности, которые объединяют людей в основном по их увлечениям. В эту группу входят всевозможные туристические походы, рыболовство, охота. Также можно выделить и особые средства физической рекреации, такие как скалолазание, виндсерфинг, рафтинг, горнолыжное катание, фрирайд и т. д. Все перечисленные средства рекреационной деятельности, независимо от того, требуют ли они особых условий и наличия разнообразного спортивного оборудования и инвентаря, набирают популярность у жителей нашей страны. В последние годы число людей, посещающих плавательные бассейны, фитнес-клубы, оздоровительные центры, ледовые и роликовые катки, существенно возросло. Такая же тенденция наблюдается и в остальных видах рекреации, требующих большого количества различных условий и устройств: спортивное ориентирование, пешие походы выходного дня и т. д. В последнее время популярность этих видов отдыха растет, что вызывает спрос на увеличение числа троп, маршрутов, кемпингов.

Независимо от того, какие формы рекреации предпочитает человек – самостоятельные или организованные, они помогают рационально использовать свободное время, бороться с негативными явлениями в поведении, повышают работоспособность, расширяют и увеличивают функциональные возможности организма, помогают бороться с неблагоприятными условиями трудовой деятельности или воздействием характера труда.

Анализ литературных источников и документальных материалов свидетельствует о том, что развитие рекреационной деятельности в условиях Ставропольского края является обоснованным. Важным индикатором рекреационного потенциала территории является количество коек в туристско-рекреационных учреждениях. Согласно статистическим данным Российской международной академии туризма, Ставрополье является вторым регионом после Краснодарского края по их числу. Так, наш регион богат бальнеологическими ресурсами и специализируется на рекреационных услугах, связанных с лечением. Доля санаториев и пансионатов в общей структуре учреждений отдыха составляет 99,2 %, тогда как в Краснодарском крае – 41,6 %.

Вместе с тем, в последние пять лет в нашем крае стали активно развиваться и другие виды рекреационной деятельности. В 2007 году Постановлениями Правительства Российской Федерации от 03.02.2007 № 68 [6] на территории Ставропольского края была создана особая экономическая зона туристско-рекреационного типа. «Вестник туризма», указывает, что в ближайшие 20 лет территория региона Кавказских Минеральных вод окажется включенной в мощную международную туристическую магистраль «Озеро Севан – Красная Поляна – Домбай – Приэльбрусье». На территории Ставропольского края планируется создание разных туристско-рекреационных объектов на 14 площадках в городах-курортах – Кисловодске, Пятигорске, Ессентуках, Железноводске, городе Лермонтове. В рамках реализации Стратегии социально-экономического развития Ставропольского края до 2020 года в крае началось формирование и развитие региональных туристско-рекреационных парков, которые должны стать центрами развития туризма и отдыха. Первый из них – это экологический степной парк «Маныч-Гудило» в Апанасенковском районе, деятельность которого заключается в созерцании человеком дикой природы. Таким образом, можно сказать о том, что деятельность региона сегодня направлена на реализацию потенциала рекреационно-оздоровительных ресурсов нашего края.

В тоже время проведенный нами анализ результатов изучения свободного времени студентов города Ставрополя показал следующее: наибольшую долю в структуре свободного времени составляют пассивный отдых и развлечения (просмотр телепередач, пользование компьютером, встречи с друзьями и т. д.) – 39 % от общего времени в неделю, самообразование (выполнение домашних заданий, занятие в библиотеке и т. д.) – 34 %. Достаточно высок процент времени, которые тратят студенты на активный досуг (посещение дискотеки, танцевальных клубов) – 11,8 % от общего времени в неделю. При этом занятиям физической культурой и спортом отводится 2,5 часа в неделю, что составляет лишь 2,4 % от свободного времени. Использование же таких средств физической рекреации как прогулки на свежем воздухе, поход в лес на пикник, охота, рыболовство, составляют примерно 0,39 % общего свободного времени студентов в неделю.

Результаты социологического опроса показали, что достаточно малое количество студентов разбирается в вопросах рекреации. Только 31 % респондентов ответили правильно на вопрос о том, что такое рекреация. Чаще всего опрашиваемые слышали данный термин, но соотносили его с большим холлом в школьных зданиях. Вместе с тем интерес к данному виду деятельности достаточно высок. 72 % респондентов желают регулярно участвовать в различных формах рекреационно-оздоровительной деятельности. Так, прогулки по лесу, собирательство грибов и ягод является наиболее популярной формой активного отдыха населения, также высок процент опрошенных, которые выходят на пик-ник, посещают озера для купания и рыбной ловли. Помимо этого, более 47 % респондентов отметили, что хотели бы поучаствовать в экстремальных видах рекреационной деятельности, таких как рафтинг (24,3 %), горный туризм (18,4 %), альпинизм (5,8 %) и т. д. Среди основных мотивов студентов к занятиям физической рекреацией можно указать укрепление здоровья, возможность вести активный образ жизни, общаться с друзьями, снимать умственное и психологическое напряжение.

Несмотря на большой интерес студентов к данной сфере отдыха, большая часть из них отличается недостаточной компетентностью в вопросах рекреационно-оздоровительной деятельности, малым количеством организованных ее видов, невозможностью найти компанию. Эта тенденция усугубляется отсутствием современной спортивной базы, нехваткой свободного времени, дефицитом квалифицированных педагогических кадров в области физической рекреации.

Таким образом, можно заключить, что в условиях современной жизни у людей появляется интерес к различным формам физической рекреации, однако низкий уровень осведомленности населения, дефицит квалифицированных кадров не позволяет в полной мере реализовать рекреационный потенциал Ставропольского края.

1. Анашкина, Н.А. Социокультурные факторы и социально-педагогические механизмы формирования рекреационно-оздоровительной деятельности женщин: автореф. дис. ... канд. пед. наук / П.А. Анашкина. – РГАФК. – М., 1996. – 31 с.

2. Закревская, Н.Г. Социальные аспекты здорового образа жизни / Н.Г. Закревская // Здоровье молодежи XXI века. – 2000. – С. 14–15.

3. Захаревич, А.С. Комплексная концепция здоровья / А.С. Захаревич // Вестник Балтийской педагогической академии. – Вып. 40. – СПб.: БПА, 2001. – С. 72–74.

4. Ладыгина, Е.Б. Содержание и направленность рекреационных занятий женщин пожилого возраста в группах здоровья: дис. ... канд. пед. наук / Е.Б. Ладыгина. – СПб., 2005. – 307 с.
5. Никитина, А.А. Физкультурно-оздоровительная деятельность студентов специального учебного отделения вуза / А.А. Никитина // Научные исследования и разработки в спорте: Вестник аспирантуры / СПб ГАФК им. П.Ф. Лесгафта, 2002. – С. 27–31.
6. Постановлениями Правительства Российской Федерации от 03.02.2007 № 68.
7. Реховская, С.Н. Физическая рекреация как фактор самореализации личности взрослого человека: автореф. дис... канд. психол. наук / С.Н. Реховская. – СПб., 2007. – 28 с.
8. Рыжкин, Ю.Е. Физическая рекреация в комплексе наук о человеке / Ю.Е. Рыжкин // Вестник Балтийской педагогической академии. 2001. – № 40. – С. 75–78.
9. Рыжкин, Ю.Е. Физическая рекреация в сфере досуга человека / Ю.Е. Рыжкин // Теория и практика физической культуры. – 2005. – № 5. – С. 19–22.

ОРГАНИЗАЦИЯ ТУРИСТСКИХ СЛЕТОВ ПОСРЕДСТВОМ ИНТЕРНЕТА

Н.В. Кравченко,

Институт туризма Белорусского государственного университета физической культуры,
Республика Беларусь

Одной из важных составных частей массовой работы в сфере туризма является организация и проведение туристских слетов. Туристские слеты и проводимые в их программе соревнования и конкурсы преследуют различные цели и решают разнообразные задачи, среди которых организация активного отдыха и соревнований по туристско-прикладным многоборьям, пропаганда здорового образа жизни, общение людей, обмен опытом организационной работы. Проведение туристских слетов доступно любому коллективу туристов. Организуются они обычно в праздничные и выходные дни, и не только в весеннее-летний период, но и осенью и зимой. Главным в программе слета является содержание, которое определяется целями и задачами слета, его направленностью, тематикой, составом участников. Для того чтобы организовать и провести туристский слет, необходимо проделать большую и трудоемкую работу. Организацией турслетов, как правило, занимаются организации туристско-спортивного профиля: туристские клубы, центры детско-юношеского туризма и краеведения, физкультурно-оздоровительные и спортивные комплексы, коллективы физической культуры предприятий и учреждений.

В последнее время появился несколько нетрадиционный способ организации туристских слетов, предназначенных для активного отдыха широких слоев населения, – с помощью интернета.

Целью настоящего исследования является изучение особенностей организации турслетов как вида рекреационной деятельности населения посредством интернета.

Исследование проводилось на базе туристского слета под названием «Медиум купального сезона». Этот слет проводится ежегодно клубом туристов «Искра», начиная с 2006 года. Изначально он проводился только летом – в середине августа, но начиная с 2009 года, он начал проводиться еще и зимой – в конце января. Заранее разрабатывается Положение о слете, готовится программа соревнований, конкурсов, развлекательных мероприятий. Программа слета обычно включает такие мероприятия, как:

- открытие слета, приветствие;
- полоса препятствий;
- мини-конкурсы;
- спортивное ориентирование;
- домашнее задание;
- награждение – команды, занявшие первые три места, награждаются памятными призами;
- закрытие слета.

Конкурсы, входящие в программу слета, могут быть разнообразными, главное чтобы они заинтересовывали его участников. Вся работа ведется через интернет. Для того чтобы получить информацию о проведении туристского слета, каждый участник должен зарегистрироваться на сайте <http://vkontakte.ru/club21202507/> в группе «МКС». Здесь можно заполнить и направить заявку на участие, а также внести какие-то свои предложения по проведению слета.

Вначале организаторы вывешивают Положение о проведении и Программу туристского слета. Ознакомившись с этими документами, участники подтверждают свою заявку на участие. Далее устанавливаются даты, с какого и по какое число можно привезти заполненный заявочный лист участника, а также пройти инструктаж по технике безопасности.

По мере приближения сроков проведения слета организаторы на сайте вывешивают карту местности, где он должен состояться. На ней точно обозначено место проведения мероприятия и пути подъезда к нему.

По интернету также формируются команды участников. У каждой команды есть своя закрытая страничка в интернете, куда разрешен доступ исключительно для ее участников. На этой страничке обсуждаются процесс подготовки к слету, заданная организаторами тема и подготовка домашнего задания к ней. Такой способ удобен тем, что каждый участник команды может в любое время, сидя дома за компьютером, зайти на страничку своей команды и внести свои предложения.

На туристском слете «Медиум купального сезона» в августе 2011 года было проведено анкетирование туристов с целью выявления контингента участников и их отношения к данному мероприятию. Двадцати респондентам было предложено заполнить анкеты, которые состояли из одиннадцати вопросов. Проанализируем некоторые, наиболее важные ответы на вопросы, входящие в анкету.

1. Возраст. Возрастной диапазон участников достаточно широк, примерно от 19 до 40 лет. Данный туристический слет посещают также и дети, приезжающие отдохнуть со своими родителями. Это свидетельствует о достаточно высокой популярности проводимого мероприятия среди населения различных возрастов.

2. Профессия. Профессии участников также различны: реставратор, специалист в области продаж, программист, организатор праздников, сантехник, экономист и др. Но, независимо от того, чем в повседневной жизни занимается человек, на туристском слете все одинаково и общение между участниками происходит на одном уровне.

3. Что дает Вам данный туристский слет? Все испытуемые выбирали одни и те же варианты ответов, а именно – общение со старыми друзьями, приобретение новых знакомств, усовершенствование своих физических качеств в области туристской подготовки и просто приятное время препровождение и отдых на природе. Никто из отвечавших на вопросы не выбрал вариант ответа, что данный туристский слет неэффективен. Это говорит о заинтересованности людей, посещающих проводимое мероприятие.

4. Какой этап конкурсной программы Вам интересен больше, чем остальные? Варианты ответов были разнообразны. Это показывает, что каждый этап по-своему интересен для участников, что может свидетельствовать о внимательном отношении организаторов мероприятия к его потенциальным участникам.

5. Что Вы чувствовали после того, как посетили данный туристский слет? Все опрошенные выбрали вариант ответа: «масса положительных эмоций, поеду еще».

Проведенное исследование показало, что участники посещают слет не только для того, чтобы занять какое-то место и получить приз, но и просто хорошо провести время, отдохнуть на природе, получить массу положительных эмоций, усовершенствовать свои физические качества в области туристской подготовки. Между командами складываются исключительно дружеские теплые отношения.

Таким образом, анкетирование показало, что туристский слет, организуемый посредством интернета, свои задачи выполняет на 100 %. Среди них:

- организация активного досуга участников слета;
- повышение двигательной активности, совершенствование подготовки;
- формирование навыков по спортивному ориентированию;
- развитие духа коллективизма.

Это свидетельствует о том, насколько удобен и эффективен способ организации туристов через интернет.

1. Пасечный, П.С. Туристская работа в трудовом коллективе / П.С. Пасечный. – М.: Профиздат, 1983. – 160 с.

2. Кодыш, Э.Н. Соревнования туристов: Пешеходный туризм / Э.Н. Кодыш. – М.: Физкультура и спорт, 1990. – 175 с.

НАЦИОНАЛЬНАЯ ГАСТРОНОМИЧЕСКАЯ КУЛЬТУРА КАК ЭЛЕМЕНТ РАЗВИТИЯ ТУРИСТИЧЕСКОГО ПОТЕНЦИАЛА БЕЛАРУСИ

Е.В. Лелей,

Институт непрерывного образования Белорусского государственного университета,
Республика Беларусь

Кухня каждого народа, традиции и обычаи, связанные с едой, – это одна из важнейших частей его материальной культуры [7]. Сегодня каждая страна, народ имеют свою национальную кухню. В полиэтнических обществах кулинарная деятельность часто становится первой сферой межэтнических контактов [5]. И сейчас люди, путешествуя, всегда стараются отведать национальное блюдо страны пребывания, так как народная кухня самобытна и отражает историю, национальные вкусы и характер нации [7].

Во всем мире сегодня чрезвычайно популярен и активно развивается гастрономический туризм. Гастрономический туризм – это путешествие по странам и континентам для знакомства с особенностями мест-

ной кухни, кулинарными традициями, с целью попробовать уникальные для приезжего человека блюдо или продукт [8]. Гастрономический туризм хорошо организован во Франции, Италии, Испании, где существует развитая сеть винно-гастрономических туров, в Шотландии предлагают «виски-туры», в Чехии – «пивные» и т. д. [5].

Белорусская кухня также имеет многовековую, богатую и интересную историю, она сформировалась на базе взаимовлияния на кулинарном поприще Беларуси и ее стран-соседей. Для Беларуси гастрономический туризм – достаточно новый вид туризма. Организация гастрономических туров как таковых на территории страны пока не осуществляется, но появляются их элементы, начинают возрождаться белорусские национальные кулинарные традиции.

В основном подобные элементы существуют на базе развития агроэкотуризма. К примеру, отведать «пальцем пханую» колбасу, огурцы с медом и фирменный самогон можно в музее материальной культуры с действующими народными промыслами «Дудutki» [4]. И так как государство активно поддерживает развитие агроэкотуризма, наиболее перспективно формирование так называемых «зеленых» (сельских) туров на базе агроусадеб. Белорусская деревня обладает сегодня уникальным туристическим потенциалом, который состоит не только в живописной сельской местности с сохранившейся природной и культурной средой, но и в возможности познакомиться с кулинарными изысками сельской глубинки [7].

Что касается проведения гастрономических фестивалей, то можно выделить «Мотыльскія прысмакі», которые в 2012 году пройдут уже в пятый раз. Здесь ежегодно проводятся «Творческая лаборатория гастрономического туризма», и мастер-классы по возрождению национальных белорусских блюд [6].

Положительную тенденцию имеет развитие общедоступных объектов общественного питания. Приоритетным является открытие объектов общественного питания, основанных на традициях белорусской национальной кухни. Это рестораны «Камяніца», «Талака», «Гасцінны маентак» в Минске, кафе «Карчма Будзьма», ресторан «Старое время» в Гомеле, ресторан «Печерское предместье» в Могилеве и др. [3]. Также наряду с заведениями, специализирующимися на белорусской национальной кухне, активно развивается сеть предприятий, представляющих национальные кухни народов мира. Например, только в Минске представлено более 30 кухонь народов мира, и среди такого разнообразия белорусская кухня теряется, есть проблемы с ее продвижением. Можно сделать вывод, что мест с большим выбором белорусских блюд не так и много – в основном, она является лишь частью предлагаемого ассортимента заведений. Существующие рестораны оформлены преимущественно в духе средневековья или с фольклорным уклоном. А ведь антураж, например, XVIII–XIX или начала XX веков не менее интересен.

Также, несмотря на активное развитие ресторанов быстрого обслуживания («Sun Café», «Эль Помидоро», «Патио Пицца», «Дабл кофе», «Темпо» и др.), подобных предприятий, специализирующихся на национальной белорусской кухне в чистом виде, нет. Но развитие сети общественного питания на 2011–2015 годы сулит большие перспективы данного направления, так как на этом поприще предусмотрено и открытие объектов, основанных на традициях белорусской национальной кухни, отражающих колорит и самобытность белорусской культуры [3]. Большим плюсом будет и реализация подобного плана в отношении развития объектов общественного питания придорожного сервиса, что станет в дальнейшем одним из факторов заинтересованности в стране, ее уникальности среди транзитных туристов.

Что касается государственного регулирования данной отрасли, можно отметить запланированный Департаментом по туризму Министерства спорта и туризма совместно с Министерством сельского хозяйства и продовольствия Республики Беларусь сырный фестиваль в 2012. Подобные фестивали уже проводятся в Великобритании, США и Канаде [1]. Планируется развитие на территории каждой области сети объектов питания: рыбных ресторанов, кафе с сопутствующей инфраструктурой на базе рыбхозов, где можно будет отведать рыбку «по-белорусски» [2].

Повышение качества услуг осуществляется не только нормативными и технологическими документами. Так, к примеру, ежегодно проводится республиканский конкурс «Лучший ресторан, кафе» и конкурс кулинарного искусства и сервиса, одна из целей которых – популяризация белорусской национальной кухни [3]. Некоторые рестораны с этой целью проводят дни белорусской кухни.

Как мы можем видеть, пока делаются лишь первые шаги по созданию привлекательного гастрономического имиджа Республики Беларусь. Большим плюсом проведенных и запланированных мероприятий является то, что элемент национальной кухни выделяют одним из приоритетных направлений развития гастрономической индустрии. Но для того чтобы белорусская кухня заявила о своей уникальности и оригинальности среди кухонь народов мира, потребуется достаточное количество времени. В итоге национальная кухня может стать одной из визитных карточек нашей страны.

Национальный гастрономический элемент должен стать неотъемлемой частью туризма различного рода: экскурсионного, делового, транзитного, событийного и др. Пункт посещения объектов питания национальной белорусской кухни обязательно должен быть включен в программу пребывания иностранных туристов. Немаловажна в связи с этим и ценовая политика подобных заведений, так как существующие в данный момент рестораны белорусской кухни не могут похвастаться демократичностью цен. Создание сети заведений, по-

добных ресторану «Пузата хата», которые присутствуют в каждом большом городе Украины, может изменить ситуацию: цены в подобном ресторане более демократичные, а значит и более привлекательны для туристов.

Как часть экскурсионных поездок знакомство с национальной белорусской кухней по пути таких маршрутов может сопровождаться анимационной программой или ее элементами. Особенно актуальна анимация в случаях, когда застолье связано с каким-либо событием. Как, например, при реконструкции «Свадьбы Ягайлы» в Лидском замке. Также это может быть инсценировка какого-либо национального обряда, неотъемлемой частью которого является застолье. В специализированных предприятиях питания актуально создание антуража, который может быть связан с различными этапами истории Беларуси, с образом жизни различных сословий, с жизнью великих исторических личностей Беларуси и т. п.

Беларусь является площадкой для множества фестивалей и международных событий, привлекающих большое количество туристов. На их основе также важно пропагандировать национальную белорусскую кухню как неотъемлемую часть белорусской культуры, как одну из ее ипостасей. Проведение же фестивалей и событий, непосредственно связанных с национальной белорусской кухней, не должно быть единичным и подобные проекты должны широко освещаться в СМИ. Проведение дней белорусской кухни в разных уголках страны, в частности, на базе агроусадьб, должны стать важнейшей частью программы по пропаганде белорусской национальной кухни как туристического продукта. В основе подобных мероприятий могут лежать соревнования шеф-поваров, установление рекордов, проведение мастер классов и т. п.

Активное развитие рассмотренных направлений может стать серьезным подспорьем в создании и продвижении такого бренда, как «белорусская кухня», серьезно повлиять на формирование гастрономического имиджа туристической Беларуси.

1. Асфура, А. В Беларуси пройдет сырный фестиваль? / А. Асфура // Туризм и отдых [Электронный ресурс]. – 2012. – Режим доступа : <http://www.tio.by/news/11146>. – Дата доступа : 05.03.2012.

2. Государственная программа развития туризма в Республике Беларусь на 2011–2015 годы : Постановление Совета министров Республики Беларусь от 24 марта 2011 г. N 373 [Электронный ресурс] / Сайт Министерства спорта и туризма республики Беларусь. – Минск, 2010. – Режим доступа : <http://www.mst.by/ru/programma-razvitiya-turizma>. – Дата доступа: 06.03.2012.

3. Общественное питание: общие сведения [Электронный ресурс] / Сайт Министерства торговли Республики Беларусь. – Минск, 2011. – Режим доступа : <http://www.mintorg.gov.by>. – Дата доступа : 09.03.2012.

4. Подлещук, Ю. Гастрономический туризм в Беларуси имеет большие перспективы развития [Электронный ресурс] / Интернет-ресурс о маркетинге в Беларуси. – 2006. – Режим доступа : <http://marketing.by/main/market/news/0001201/>. – Дата доступа : 13.03.2012.

5. Савенко, Ю.С., Обрядовое застолье как атрибут белорусской кухни / Ю.С. Савенко, А.С. Жуковская // Юбилейная научно-практическая конференция, посвященная 40-летию Гомельского государственного университета им. Ф. Скорины, Гомель, 11 июня 2009 года : материалы : в 4 ч. / редкол.: О. М. Демиденко (отв. Ред.) [и др.] – Ч. 3. – С. 154–156.

6. Суслова, Н. «Мотальскія прысмакі» против кризиса / Н. Суслова // Туризм и отдых [Электронный ресурс]. – 2011. – Режим доступа : <http://www.tio.by/news/6140>. – Дата доступа : 09.03.2012.

7. Тризонова, П. Сябра мой, драпік / П. Тризонова // ВУ. Вокруг света в Беларусь : первый национальный журнал о туризме и путешествиях. – 2008. – № 8. – с. 62–66.

8. Что такое гастрономический туризм? [Электронный ресурс] / Сайт о вкусных путешествиях. – Режим доступа : <http://www.gastrotrur.ru/gastronomicheskij-turizm/chto-takoe-gastroturizm>. – Дата доступа : 07.03.2012.

КЛАДОИСКАТЕЛЬСТВО КАК ВИД ПРИКЛЮЧЕНЧЕСКОГО ТУРИЗМА

А.И. Мартинчик,

Институт туризма Белорусского государственного университета физической культуры,
Республика Беларусь

В прогнозе развития туристических направлений, сделанном ВТО и представленном в исследовании «Tourism: 2020 Vision», определены самые перспективные направления и виды туризма XXI столетия. Наиболее популярными видами туризма к 2020 г. станут приключенческий, экологический, познавательный, тематический, а также круизы [1].

Это обусловлено многими факторами: научно-техническим прогрессом, предоставляющим все новые возможности в организации поездок, урбанизацией, в связи с которой возникает желание снять стресс и абстрагироваться от жизненной рутины, а при определенном стабильном уровне дохода, который позволяет путешествовать, возникает пресыщенность от стандартных туристских программ.

В связи с этим именно у приключенческого туризма растет популярность во всем мире. По данным бизнес-школы при университете Джорджа Вашингтона, в 2009 году приключенческий туризм принес доход в \$ 89 млрд. Приключенческий туризм – это не просто активный отдых и физические нагрузки. Это, в первую

очередь, необычные впечатления. Приключенческий туризм не предполагает наличия зрителя, здесь каждый, принявший участие в поездке, становится активным участником событий.

Согласно имеющейся классификации, можно представить структуру туризма и определить место приключенческого туризма в ней.

Функциональная классификация видов туризма определяется целью поездок. При такой классификации следует исходить из основной цели, мотива, побудившего человека отправиться в поездку (рисунок 1).

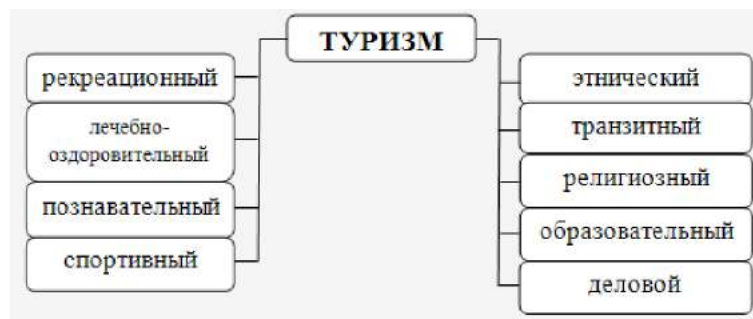


Рисунок 1 – Классификация видов туризма по целям путешествия

Классификация видов туризма по данному признаку является условной, так как цели путешествий зачастую тесно переплетаются между собой. Соответственно, виды туризма, выделяемые по этому признаку, также часто оказываются смешанными.

Существуют классификации туризма, основанные на иных признаках. Например, в зависимости от интенсивности деятельности человека различают активные и пассивные виды туризма (рисунок 2).

Активные виды туризма предусматривают виды отдыха и путешествий, развлечений, спорта, требующие значительного физического напряжения и доступные далеко не всем категориям туристов.

Пассивные виды туризма ориентированы на более спокойную и менее напряженную в смысле физических нагрузок программу тура или туристского путешествия.

Следует считать, что приключенческий туризм относится к активному виду туризма, так как ему присущи высокая степень риска, значительные физические нагрузки, элементы неопределенности, неожиданности в процессе путешествия, что вызывает большой азарт у туристов, но требует от них смелости, выносливости, специфических умений и навыков [2].



Рисунок 2 – Классификация видов туризма по интенсивности деятельности

Согласно определению, приключенческий туризм – это туристическое путешествие, совершаемое с целью участия в экстремальной ситуации [3].

Приключенческий туризм – специфический вид отдыха. Его обязательные условия: посещение экзотических мест и занятие необычными видами деятельности (сплавы по рекам, дайвинг, сафари и т. п.). Элементами приключенческого туризма можно считать и путешествия на необычных видах транспорта – собачьих упряжках, слонах, воздушных шарах, верблюдах.

Выделяют следующие виды приключенческого туризма:

– тур в целях охоты, рыбной ловли, поездки на природу в заповедники для наблюдения за животными, фотоохота.

- посещение военных объектов и полигонов, лагерей для заключенных, концлагерей и тюрем;
- туры на места катастроф, человеческих трагедий и экстремальных ситуаций;
- джайлоо-туризм – один из видов отдыха, жизнь в первобытном племени со всеми прелестями кочевого быта;
- туры с целью кладоискательства;
- mystery tour – загадочный приключенческий тур, участники которого не ознакомлены заранее с его программой и все придуманное организаторами является для туристов сюрпризом [4].

Главная задача приключенческого тура – расширить кругозор, переживая невероятные приключения. Целью приключенческого туризма может стать как знакомство с миром дикой природы, так и открытие для себя традиций, истории и культуры различных народов. С этой точки зрения особенно привлекательно кладоискательство.

В словаре русского языка С.И. Ожегова дается следующее определение: клад – зарытые, спрятанные где-нибудь ценности. В «Новом энциклопедическом словаре» дается более пространная трактовка: клад – спрятанные, чаще всего зарытые в землю вещи, не взятые владельцем и позднее случайно обнаруженные. Здесь же говорится о том, что клад является ценным историческим источником. Законодательство Республики Беларусь определяет клад как «зарытые в земле или сокрытые иным способом деньги или ценные предметы, собственник которых не может быть установлен либо в силу акта законодательства утратил на них право» [5]. Исходя из приведенных определений, следует рассматривать клад как спрятанные, сокрытые вещи, представляющие ценность для владельца.

Поиск клада как вид туризма в последние годы становится очень популярным за рубежом. Кладоискательские туры получили распространение на островах Индийского океана, в Америке, Австралии, Швейцарии, Италии. Их организация происходит по-разному, например, на островах Индийского океана кладоискательство входит в перечень островных развлечений туристов. Туристам предлагают лопату и карту с закопанным скалочным сундуком.

Следует отметить Австралию. Туристы вместо кладоискательства занимаются золотодобычей, покупают лицензию для добычи золота в определенных местах на континенте (стоимость лицензии в Западной Австралии составляет \$25), туристические фирмы снабжают туристов металлодетекторами и другим снаряжением, дают на прокат машину.

В туристических целях добывают золото в Швейцарии, для привлечения большего числа туристов-кладоискателей проводят конкурс на звание лучшего золотоискателя.

В районе Джеймстауна в США проводятся обучающие семинары в «Золотодобывающем клубе» по золотодобыче. Общая стоимость членства – \$800, цена за группу десять или более человек – \$700, обучение разведке – \$50 (для члена клуба – \$45), обучение работе с мини-драгой – \$50 и т. д. [6].

Следовательно, приключенческий туризм и кладоискательство перспективные направления, которые позволяют получать доход, кроме этого обеспечивают работу местному населению в сфере обслуживания, хороший товарооборот торговле, способствуют строительству гостиниц, дорог, благоустройству территории. Помимо этого, развиваются предприятия, выпускающие оборудование для поиска кладов и добычи золота.

Согласно имеющимся данным, территория Беларуси потенциально богата на клады. За последние 150 лет на территории Беларуси было зарегистрировано более 1000 находок (в среднем раз в два месяца), по количеству открытых кладов страна занимает первое место в Европе [7].

Развитие кладоискательства в Беларуси следует считать возможным, однако при формировании данного тура необходимо учитывать отсутствие законодательной базы, которая бы причисляла кладоискательство к видам туризма (такой вид хозяйственной деятельности как поиск сокровищ отсутствует в государственном реестре), разрешала заниматься кладоискательской деятельностью, а также предусмотрела создание органов, которые выдавали бы лицензию на поиск кладов, удостоверения кладоискателя.

Следует рассмотреть законодательство, регулирующее охотничье-рыболовную деятельность, так как специфика организации охотничье-рыболовной деятельности может послужить базой для развития кладоискательской деятельности как вида туризма.

По примеру создания охотничьих угодий возможно создание специальных зон для поиска кладов.

Можно предположить, что действенным инструментом для продвижения кладоискательского тура станет легенда или необычный исторический факт о захоронении клада, так как легенды являются памятниками истории и культуры, устного народного творчества. У разных народов мира, в том числе и у славянских, очень живучи легенды и вера в клад. На это указывают многочисленные древние поверья, предания, легенды и сказания, согласно которым несметные сокровища лежат под камнями, на дне озера и других местах под охраной различных фольклорных существ и героев. Проблема использования легенд в туристском бизнесе интересна, так как многие познавательные туры включают на маршруте объекты показа, связанные с легендами и преданиями. Это также подтверждается тем, что ведутся археологические раскопки на территории страны, воссоздаются древние объекты показа.

Перспективным направлением кладоискательства следует считать геокешинг – игра, в которой создается тайник, его координаты публикуются в Интернете, а участники проекта по этим координатам пробуют найти спрятанный тайник. На данный момент в 177 странах спрятаны десятки тысяч тайников. В Беларуси можно создавать тайники в местах, которые представляют природный, исторический, культурный, географический интерес. Можно сделать базу данных по достопримечательностям Беларуси. Каждая точка будет иметь координаты, подробное описание местности, фотографии, а также мнения уже посетивших ее игроков.

Таким образом, кладоискательство с привлечением туристов – перспективное направление на белорусском туррынке, однако требует разработки законодательной базы, подготовки квалифицированных специалистов в данной области, приобретения необходимого оборудования.

1. Кабушкин Н.И. Менеджмент туризма: учебник / Н.И. Кабушкин. – 4-е изд., стереотип. – Минск: Новое знание, 2004. – 409 с.
2. Кусков, А.С. Основы туризма / А.С. Кусков, Ю.А. Джаладян. – М.: КНОРУС, 2008. – 400 с.
3. Кулагина, Е.В. Виды туризма: учеб. пособие для вузов / Е.В. Кулагина. – Омск: ОГИС, 2001. – 59 с.
4. Биржаков, М.Б. Введение в туризм. / М.Б. Биржаков. – 9-е изд., перераб. и доп. – СПб.: Герда, 2007. – 576 с.
5. Гражданский кодекс Республики Беларусь от 07.12.1998 г. № 218-3 (В редакции от 08.01.2008 г)
6. Наша Газета [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.nasha.lv/rus/novosti/ng/eto-interesno/gazeta-2012-01-26/12269.html>. Дата доступа: 20.03.2012
7. Археология и нумизматика Беларуси: энциклопедия. – Минск, 1993.

ОБОСНОВАНИЕ СПЕЦКУРСА «ГЕОЛОГИЧЕСКИЕ ОБЪЕКТЫ БЕЛАРУСИ В ТУРИСТСКО-ЭКСКУРСИОННОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ»

М.А. Нагорный, кандидат геол.-минерал. наук, доцент,

Институт туризма Белорусского государственного университета физической культуры,
Республика Беларусь

Среди природных объектов для туристов наиболее аттрактивными являются геологические.

Следует напомнить, что миллионы туристов в год посещают такие уникальные геологические памятники природы, как Ниагарский водопад, Большой каньон Колорадо, долина монументов, Йелоустоунский национальный парк (США), Красноярские столбы, Кунгурскую пещеру (Россия), Исландию как струну гейзеров и так далее.

В странах западной и центральной Европы очень привлекательными для туристов являются геопарки, где сосредоточены уникальные и прекрасные геологические объекты (причудливые скалы, пещеры, целебные и горячие источники и т. д.)

Таким образом, к геологическим объектам, которые привлекают многочисленных туристов и являются объектами познавательного и рекреационного туризма, относятся уникальные формы рельефа, пещеры, водопады, гейзеры и т. д.

Беларусь является единственной страной в Европе, где нет гор и отсутствует выход к морю. Тем не менее, наша страна располагает целым рядом геологических объектов, которые могут быть привлекательными для туристов.

Спецкурс «Геологические объекты Беларуси в туристско-экскурсионной деятельности» предназначен для специальностей «Туризм и гостеприимство» и специализации «Экскурсионно-оздоровительная деятельность».

Всего спецкурс рассчитан на 18 часов занятий. Из них 12 часов лекций, 2 часа семинарских занятий, 4 часа экскурсий. Лекционный курс разделяется на 5 разделов.

Первый раздел посвящен геологическому строению Беларуси (тектоника, стратиграфия). Он рассчитан на 4 часа лекций и 2 часа семинарских занятий.

Во втором разделе рассматриваются естественные и искусственные геологические обнажения. Среди них рассматриваются карьеры, где разрабатываются породы кристаллического фундамента, девонской системы палеозоя, меловой системы мезозоя, а так же палеогеновой, неогеновой и антропогеновой систем кайнозоя. В этом же разделе рассматриваются строение соленосных отложений девонской системы в шахтах города Солигорска. Естественные обнажения геологических пород сосредоточены в долинах рек и представляют фрагменты образований девонской, палеогеновой, неогеновой и антропогеновой систем. Материал раздела рассчитан на 6 часов лекций.

Третий раздел предусматривает 2 часа лекционных занятий. Третий раздел посвящен уникальным формам рельефа Беларуси. Республика Беларусь является классическим регионом, где развиты ледниковые и

водно-ледниковые формы рельефа, образованные на протяжении последних двух оледенений (последние сто тысяч лет). Среди них наибольший интерес как для туристов, так и для ученых представляют участки крайних моренных гряд (Минская, Новогрудская, Оршанская и др. возвышенности). В северной части Беларуси холмисто-грядовый рельеф сочетается с многочисленными озерными котловинами, что придает весьма живописный характер ландшафтам.

В качестве уникальных для Беларуси форм рельефа можно рассматривать отдельные участки долин крупных рек, где они прорезают возвышенности (долина Немана у Гродно, долина Днепра в Оршанском районе, долина Двины в Витебском районе). Кроме того, к категории уникальных форм рельефа можно отнести многочисленные овражно-балочные сети и главным образом в восточных районах Могилевской области. Раздел предусматривает 2 часа лекций.

Четвертый раздел посвящен ледниковым валунам в Беларуси.

Валуны – окатанные обломки кристаллических и сцементированных горных пород диаметром более 10 см.

В настоящее время существует две научные теории появления валунов на территории Беларуси – гляциалистская и маринистская.

Гляциалисты считают, что валуны были принесены покровными ледниками,двигающимися с Балтийского щита (Скандинавия, Финляндия, Карелия) на нашу территорию. Всего за последний 1 млн. лет выделяют 5 ледниковых эпох на Беларуси.

Маринисты полагают, что великое оледенение затронуло только Балтийский щит. Остальная часть Европы, за исключением горных областей, была покрыта мелководным морем, по которому плавающие льды и айсберги разносили вмёрзший каменный материал с Балтийского щита.

Большинство валунов имеет размер от 0,1 до 0,7 м. Обломки длиной 1–1,5 м встречаются реже. Экземпляры в 3–5 м и более – единичны.

Валуны в дохристианских культах.

Большинство валунов, связанных с дохристианскими культами находились в капищах, посвященных богам – Перуну, Дажьбогу, Велесу.

В настоящее время наиболее известные валуны являются памятниками природы.

Таковыми объявлены 309 валунов. Почти все они расположены на территории Витебской, Гродненской, Минской и частично Брестской областей.

Ледниковые валуны – неотъемлемый элемент природы и культуры Беларуси. Наиболее известные из них являются памятниками природы и культуры. С валунами связано множество легенд и сказаний.

Все известные валуны могут широко использоваться в туристско-экскурсионной деятельности.

Среди многочисленных валунов как памятников культурно-исторического наследия следует отметить камни с палеографическими надписями (Борисовы, Рогволодовы), камни с солярными знаками (солнечные знаки, оставленные арийскими народами, жившими на нашей территории 2–2,5 тысячи лет назад); камни-следовики (валуны с отпечатанными на поверхности следами человека или животных); культовые камни (использовались в дохристианских культах); камни как объекты многочисленных легенд и преданий.

Таким образом, ледниковые валуны являясь по происхождению геологическим объектом в результате использования их в культовых, культурных и других целях стали объектами культурно-исторического наследия и представляют сочетание природных и культурных ценностей. Всего на этот раздел отводится 2 часа лекций.

В пятом разделе рассматриваются вопросы охраны геологических объектов Беларуси, а также туристические маршруты, предусматривающие ознакомление с ними. В Беларуси на сегодняшний день охраняется более 500 геологических объектов. Среди них уникальные формы ледникового рельефа, геологические обнажения, уникальные источники, а так же многочисленные валуны, представляющие культурно-историческую ценность.

Важным рукотворным геологическим памятником является уникальный «Парк камней» – музей валунов под открытым небом, расположенный в минском микрорайоне Уручье. Он включает пять экспозиций, в том числе и карту Беларуси, где собрано более 2,5 тысяч валунов со всех регионов нашей страны.

Туристические маршруты по геологическим объектам Беларуси могут быть трех уровней: международный, республиканский и местный. К объектам международного уровня, для того чтобы восхитить искушенного зарубежного туриста, можно отнести такие объекты, как заказник «Блаkitные азёры» в Нарочанском национальном парке, белорусский «Стоунхендж», остатки древней обсерватории на берегу озера Яново Полоцкого района и экскурсии по Парку камней и по солигорским шахтам.

Республиканский уровень туристических маршрутов предлагает включать для ознакомления уникальные ледниковые формы рельефа, а также наиболее интересные валуны, как объекты культурно-исторического наследия нашего народа. Местный уровень туристических маршрутов предусматривает ознакомление с геологическими обнажениями, ледниковыми валунами, уникальными источниками и другими геологическими объектами.

Всего этот раздел предусматривает 2 часа лекций и 4 часа экскурсий по Парку камней.

Таким образом, спецкурс «Геологические объекты Беларуси в туристско-экскурсионной деятельности» должен послужить надежным основанием для подготовки специалистов в сфере экскурсионно-оздоровительной деятельности.

ФОРМИРОВАНИЕ БЛАГОПРИЯТНОГО ИМИДЖА ТУРИСТСКОЙ ОРГАНИЗАЦИИ «ЦЕНТРКУРОРТ» НА ПРИМЕРЕ PR-КАМПАНИИ

В.В. Паращенко,

Институт туризма Белорусского государственного университета физической культуры,
Республика Беларусь

Формирование благоприятного имиджа туристской организации при помощи PR-кампании в настоящее время является очень актуальным.

Весь цивилизованный мир уже не просто привык к паблик рилейшнз, но и превратил его в эффективно работающую науку и искусство достижения взаимопонимания и согласия между разнообразными субъектами жизни гражданского общества.

Сфера паблик рилейшнз использует различные инструменты коммуникации для информирования и убеждения общественности, использование коммуникации зависит от тех или иных целей PR-кампании.

Коммуникацию в сфере PR мы ежедневно можем видеть и ощущать на себе, это разнообразные PR-кампании политического, экономического, либо социального характера, влияющие на мнение общественности. Чтобы добиться своей цели инициатору PR-кампании необходимо правильно донести информацию до аудитории.

Мероприятия PR-кампании необходимы для формирования управляемого имиджа организации и его услуг. Благодаря продуманным и спланированным мероприятиям PR-кампании в сознании общественности закрепляется положительный имидж учреждения, повышаются продажи.

Предметом настоящего исследования являются понятие, организация и проведение кампаний в сфере Public Relations, объектом – PR-кампании.

Цель исследования состоит в организации и проведения кампаний в сфере Public Relations. Для достижения поставленной цели нужно решить следующие задачи:

- 1) определить понятие, типологию PR-кампании, вопросы организации и проведения PR-кампании;
- 2) исследовать организацию и проведение PR-кампании на примере «ЦентрКурорт»;
- 3) определить эффективности PR-кампании;
- 4) предположить пути совершенствования организации и проведения PR-кампании.

В процессе работы над исследованием были использованы следующие методы и приемы: анализ документов (PR-кампания проводимая туристической компаний «ЦентрКурорт»), анализ материала PR-кампании.

PR-кампания – мероприятия для осуществления очередной важной общественно-политической или социальной задачи, нацеленной на улучшение имиджа (образа, репутации) субъекта связей с общественностью и поддержание гармоничных отношений с общественностью.

PR-кампания – комплексное и многократное использование PR-средств, а так же рекламных материалов в рамках единой концепции и общего плана воздействия на мнения и отношения людей в целях популяризации имиджа, поддержания репутации.

PR-кампания – это целенаправленная, системно образованная и завершенная совокупность PR-операций и обеспечивающих их мероприятий, объединенных общим стратегическим замыслом, направленная на решение конкретной проблемы организации (базисного субъекта PR) и осуществляемая технологическим субъектом (субъектами) PR на определенном этапе деятельности организации.

PR-продвижение туристического продукта – комплекс мер, направленных на реализацию туристического продукта: реклама, участие в специализированных выставках, ярмарках, организация туристических информационных центров по продаже туристического продукта, издание каталогов, буклетов и т. п. Продвижение турпродукта предполагает проведение различных видов деятельности по доведению информации о достоинствах продукта до потенциальных потребителей и стимулирование у них желания его приобрести.

PR-продвижение продукта «ЦентрКурорт» осуществляет в следующих направлениях:

- связи с общественностью;
- стимулирование сбыта (продаж);
- персональные продажи;
- рекламная кампания;

Основные используемые PR- средства:

- пресс-конференции;
- взаимодействие со СМИ;
- рассылка по электронной почте;
- «горячая линия»;
- пресс-релизы, электронные пресс-релизы (для радио и телевидения);
- каталоги путешествий;
- брошюры и проспекты;
- письма-продажи;
- реклама в средствах массовой информации;

- уличная реклама;
- информация в пункте продажи;
- участие в выставках;
- мероприятия PR.

Стимулирующие мероприятия призваны поддержать остальные средства коммуникации с целью облегчить и ускорить продажу туруслуг. Связи с общественностью (Public Relations) предполагают формирование благоприятного имиджа «ЦентрКурорт» путем создания хороших отношений с различными государственными и общественными структурами.

Средствами продвижения турпродукта «ЦентрКурорт» с помощью Public relations являются:

Информация для прессы предоставляется газетам, журналам и другим изданиям. Она печатается без изменений и комментариев, указывается название организации, которая отправляет информацию. Работа с прессой является одним из наиболее эффективных и успешных средств связи с общественностью.

К средствам общественных отношений также относятся передачи на радио и телевидении, рекламирующие не услуги турфирмы, а ее достижения в социальной сфере и т. д.

Пресс-конференции осуществляются по заранее разработанному сценарию.

Иллюстрированные рассказы – это способ предоставления наиболее полной информации в печатном издании о деятельности «ЦентрКурорт».

Ярмарки и другие организационные мероприятия. Данный вид воздействия на общество определен концепцией большого числа потенциальных клиентов в одном месте.

Спонсорства и благотворительность – запланированное вложение денежных средств в некоммерческую деятельность, в результате которого ожидается улучшение имиджа фирмы и увеличение объема продаж туруслуг. Главным критерием выбора мероприятий и объектов для спонсорства и благотворительности является их общественная значимость и известность. Престижно поддерживать, например, культуру, спорт, здоровье граждан и т. д.

«ЦентрКурорт» реализует следующие этапы для подготовки PR-кампании:

1. Определение проблемы, возможных затруднений и благоприятных возможностей. Основное внимание здесь следует уделить факторам, влияющим на эффективность маркетинговых обращений. Однако они не в состоянии решить проблемы, связанные с ценой товара или его доступностью, поскольку могут лишь переориентировать восприятие потребителей. На данном этапе происходит анализ сложившейся ситуации.

2. Формулировка целей, выбор стратегии и разработка плана PR-кампании, выбор средств доставки PR обращений. Определение коммуникационных целей они могут планироваться с использованием моделей иерархии результатов, которые будут служить основой для определения степени воздействия разрабатываемого плана на потребителей. Целью коммуникаций в «ЦентрКурорт» являются:

- создание осведомленности;
- достижение понимания;
- обеспечение положительных изменений в отношении к товару и в его восприятии;
- достижение изменения в поведении потребителей;
- подкрепления предыдущих решений.

Выбор целевой аудитории. Обращение, доставленное неправильно выбранной аудитории, заранее обречено на неудачу. При использовании маркетинговых коммуникаций целевые аудитории индифицируются для конкретных коммуникационных действий, выбираются PR-коммуникации для успешного воздействия на аудиторию, составляется бюджет PR-кампании.

3. Реализация PR-кампании.

PR-средства используемые в «ЦентрКурорт»:

- пресс-конференции;
- работа со СМИ;
- рассылка по электронной почте;
- «горячая линия»;
- пресс-релизы, электронные пресс-релизы (для радио и телевидения);
- комплекты материалов для прессы, радио (в основном DFM, Радиус FM, Русское, Европа +), телевидения (в основном 1 канал (ОНТ), БТ, ЛАД);
- собственные печатные органы, брошюры, информационные материалы, справочники, плакаты, листовки, информационные полки, внутренние периодические издания; годовые отчеты, памятные знаки, выставки, также фирменные календари, ежедневники и др.; сувенирная продукция, каталоги, буклеты, папки, визитки, календари;
- участие в выставках;
- мероприятия PR (спонсорство): чемпионат Беларуси по хоккею, теннисный турнир, концерты;
- Direct реклама: наружная: трассовые щиты и билборды (по адресной программе); световые вывески и консоли на зданиях.

Для размещения информации так же используют журналы: «Ваш отдых», «Туризм», справочники: «Бизнес Беларусь», «Турфирмы», «Контакт», интернет сайты: www.otpusk.by, www.hunterclub.by

В результате проведения кампании привлекаются новые клиенты «ЦентрКурорт», появляется много положительных напоминаний о компании «ЦентрКурорт».

Эффективность PR-кампании зависит от эффективных средств коммуникации, а выбор средств коммуникации зависит от поставленных целей и задач.

Компания «ЦентрКурорт» имеет функционирующий сайт, рекомендуется только более активное его продвижение, больше информации по различным кампаниям и акциям.

Для продвижения сайта в сети Интернет необходимы:

- индексирование в поисковых системах и каталогах интернет-ресурсов;
- контекстная информация в поисковых системах;
- контекстная и банерная реклама на посещаемых сайтах;
- спонсорский и партнерские программы;
- рассылка новостей и пресс-релизов по новостным и специализированным сайтам.

Эффективность деятельности по связям с общественностью во многом зависит от эффективности проводимых PR-кампаний, которые должны работать на достижение одной цели. Важной стороной такой деятельности является взаимодействие со СМИ.

Компания «ЦентрКурорт» активно использует телевидение для продвижения PR-кампаний.

Телевидение – основной канал, обеспечивающий максимальный охват широкой аудитории. Поэтому размещение информации на телевидении позволяет обеспечить большое число контактов с аудиторией, закрепить название и позицию компании в сознании потребителей.

Печатные средства массовой информации также являются одним из основных медиаресурсов, отвечающим задачам кампании и соответствующим целевым аудиториям. Можно размещать информацию не только в тематических изданиях, но также в женских, мужских журналах большая вероятность охвата потенциальных потребителей.

Успешная PR-кампания должна сочетать в себе удачные лозунги и правильный выбор PR-средств, точный подсчет времени и качественные социологические и маркетинговые исследования, много монотонной работы и творческие подходы, опору на факты и использование интуиции.

Таким образом, организация и проведение кампаний по связям с общественностью являются крайне интересной задачей и в практическом, и в теоретическом плане, позволяющей привлечь новых клиентов, создать положительный имидж, повысить прибыль и усилить успех компании в турбизнесе в целом.

ОЦЕНКА КАЧЕСТВА ДИСТАНЦИИ УЧЕБНО-КОНТРОЛЬНЫХ СОРЕВНОВАНИЙ ПО ТЕХНИКЕ ПОИСКОВО-СПАСАТЕЛЬНЫХ РАБОТ В ТУРИЗМЕ

В.Е. Подлиских, канд. биол. наук, Е.А. Белая, М.В. Соболев, А.С. Ботян,

Белорусский государственный университет физической культуры,
Республика Беларусь

Необходимым компонентом подготовки инструкторов спортивного и рекреационного туризма в вузе является формирование знаний, умений и навыков по технике и тактике проведения поисково-спасательных работ (ПСР) и жизнеобеспечения туристов в неблагоприятных условиях природной среды. Всестороннее владение техникой и тактикой проведения ПСР позволяет туристам избежать аварии в походе или значительно снизить масштаб ее неблагоприятных последствий.

Особая роль в подготовке студентов, обучающихся по направлению специальности 1-89 02 01-01 «Спортивно-туристская деятельность (спортивный и рекреационный туризм)» в учреждении образования «Белорусский государственный университет физической культуры» (БГУФК), отводится интегральной подготовке – обучению в процессе проведения походов и соревнований. Отметим, что проведение ПСР в походных условиях является вынужденной (незапланированной) мерой, и в обычной практике учебных походов со студентами соответствующая техника применяется весьма ограниченно. В связи именно с этим учебно-контрольные соревнования по ПСР являются действенной формой подготовки студентов в аспектах техники и тактики оказания первой помощи, транспортировки пострадавшего, организации ночлега и отдыха туристов в неблагоприятных условиях среды и контроля соответствующей подготовленности.

Методология проведения спортивных соревнований по ПСР активно разрабатывалась, начиная с 90-х годов, в СССР и, позже, в Республике Беларусь, что нашло отражение в соответствующих нормативных документах [1, 3, 4]. В то же время методология проведения учебно-контрольных соревнований по ПСР в вузе имеет свои особенности и требует дополнительного изучения и обоснования. В частности, интересной областью

исследования представляется методика планирования учебной дистанции и проведения соревнований по ПСР позволяющих эффективно формировать у студентов соответствующие компетенции.

Цель настоящей работы – провести экспериментальную оценку качества дистанции учебно-контрольных соревнований по технике поисково-спасательных работ, для ее долговременного использования в учебном процессе направления специальности 1-89 02 01-01 «Спортивно-туристская деятельность (спортивный и рекреационный туризм)» в БГУФК.

В процессе работы нами был разработан проект дистанции учебно-контрольных соревнований по ПСР для студентов выпускного курса БГУФК (специализация). В декабре 2011 года проведены соответствующие соревнования. Основные исходные параметры дистанции представлены в таблице 1.

Таблица 1 – Параметры дистанции учебно-контрольных соревнований по технике поисково-спасательных работ

Класс дистанции	Количество этапов, шт.	Количество определяющих класс дистанции препятствий	Протяженность, км	Общее время преодоления дистанции, час	Оценка, балл
4	39	8	25	18	1190

Примечание – класс дистанции определялся по временным правилам соревнований «Школа выживания Поисково-спасательные работы» [3].

Качество дистанции оценивали по результатам соревнований, исходя из установленных ранее стандартов (критериев качества) [2]. Эффективность формирования умений и навыков в технике ПСР определяется во многом содержанием и уровнем сложности технических этапов и заданий дистанции, объединенных в блоки, и тем интересом, который данные этапы вызывают у участников. В связи с этим основными показателями для оценки качества дистанции являлись:

- наличие этапов и заданий, позволяющих эффективно формировать и объективно оценивать умения и навыки студентов в технике ПСР на уровне, предусмотренном образовательным стандартом;
- доступность дистанции (техническая и физическая) для студентов старших курсов, имеющих базовую туристскую подготовку;
- спортивный интерес для участников (способность дистанции поддерживать высокий уровень мотивации и проявлять способности участников к нестандартному мышлению и действиям в процессе соревнований).

В соответствии с действующими «Временными правилами соревнований по ПСР» [3], дистанция должна быть «насыщена» этапами применения техники и тактики ПСР (в этом одно из главных отличий данных соревнований от иных туристских соревнований). Разработанный проект дистанции соответствовал данному формальному требованию и включал более 70 % от общего количества технических этапов и заданий, связанных с безопасным преодолением характерных для спортивных походов препятствий и устройством биваков в разнообразных условиях природной среды, с применением технологий «выживания» участников, поиском и спасением «пострадавшего» (рисунок 1).

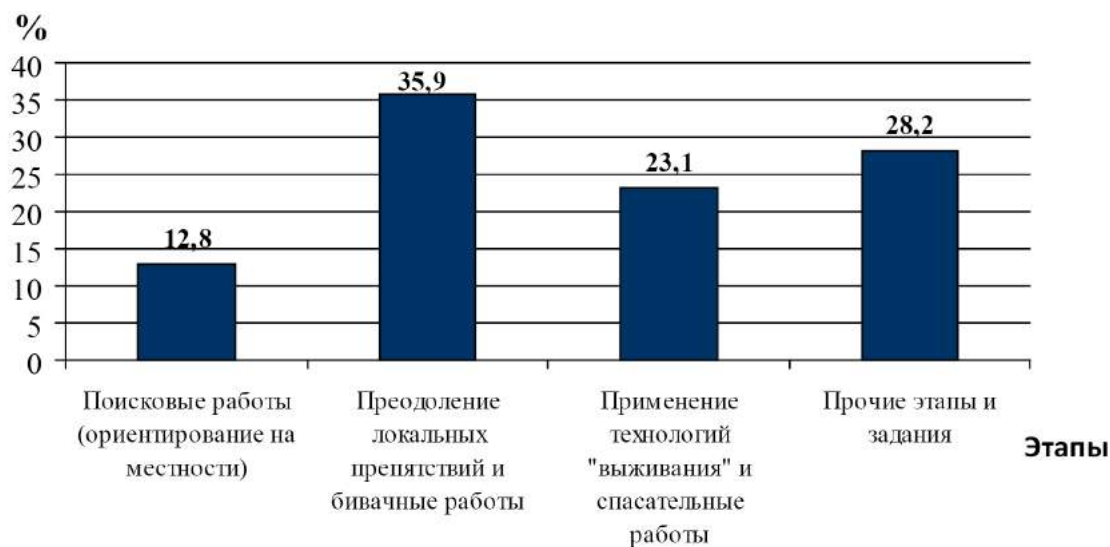


Рисунок 1 – Распределение различных по содержанию этапов на дистанции соревнований

Дистанция содержала этапы от 1 до 4 класса сложности, причем определяющие этапы планировались 3–4 класса сложности по методике классификации в виде спорта «туристско-прикладные многоборья» (высший класс сложности – пятый). Техническая сложность этапов соответствовала базовому уровню туристской подготовленности, который должен быть у студентов-выпускников.

Как и предполагалось, в целом дистанция оказалась технически и физически доступной для участников. Все 7 команд-участников завершили соревнования и преодолели большинство установленных этапов (приобрели необходимый опыт проведения ПСР). В то же время результаты, показанные участниками на определяющих технических этапах (на фоне усталости от многочасовой работы на дистанции), свидетельствуют о том, что отдельные из них по своей сложности превышали уровень технической подготовленности студентов (таблица 2). На данных этапах команды набирали 30–90% от максимально возможных штрафных баллов. Наиболее сложный этап (транспортировка пострадавшего по навесной наклонной переправе) не преодолели 2 команды из 7 (для сравнения, участвовавшая в соревнованиях не студенческая команда «Знич», имевшая в составе 2-х мастеров спорта по туристско-прикладным многоборьям, успешно прошла все этапы).

Таблица 2 – Показатели технико-тактической доступности для участников этапов учебно-контрольной дистанции соревнований по поисково-спасательным работам

Технический этап	Класс сложности этапа	Оценка этапа (максимальный штраф) (баллы)	Средний штраф команд (баллы)	Штраф команды-победителя (баллы)
Подъем по склону связками	3	40	18,7	0
Ночное ориентирование по заданному маршруту	3	30	13,3	0
Гать (преодоление заболоченного участка)	3	30	10,1	10
Бивачные работы	2	40	18,3	0
Транспортировка пострадавшего по навесной переправе	4	50	49,1	–15 (бонусные баллы)

Кроме объективных (протокольных) результатов о качестве дистанции судили, исходя из данных опроса участников соревнований. По 10-балльной шкале они оценили следующие характеристики:

- уровень технико-тактической сложности этапов (1 – этап совершенно несложен; 10 – этап недоступен по сложности);
- степень интереса этапов (1 – этап совершенно неинтересен; 10 – весьма интересен);
- уровень практической значимости этапов (1 – этап не имеет практической значимости, 10 – этап имеет весьма важное практическое значение).

По мнению участников соревнований, большинство определяющих этапов (всего их 8 из 39) имели несколько завышенную сложность в сравнении с уровнем подготовленности студентов (за исключением этапа бивачных работ с разведением костра «нодья» и преодоления заболоченного участка по гати), что соответствует объективным результатам команд на соревнованиях (таблица 3).

Таблица 3 – Результаты оценки участниками соревнований технической сложности определяющих этапов учебно-контрольной дистанции по поисково-спасательным работам

Технический этап	Me (баллы)	Min (баллы)	Max (баллы)	25-я процентиль	75-я процентиль
Подъем по склону связками	7,5	1,0	10,0	6,0	9,0
Ориентирование по заданному маршруту	7,0	1,0	10,0	7,0	8,0
Гать (преодоление заболоченного участка)	6,0	1,0	10,0	5,0	7,0
Бивачные работы	5,0	1,0	10,0	5,0	7,0
Транспортировка пострадавшего по навесной переправе	7,0	1,0	10,0	6,0	8,0

Примечание – Выборка респондентов, оценивших указанные технические этапы дистанции, составила 22 человека. Оценка технической сложности – от 1 до 10 баллов.

При этом результаты опроса показали, что все определяющие этапы (несмотря на сложность или благодаря ней) были весьма интересны для участников (медиана –7–8 баллов, 75 % участников поставили оценки «интерес» от 6 до 10 баллов). Участники отметили и высокую практическую значимость определяющих этапов (соответствие реальным ситуационным задачам в походных условиях): медиана оценок «значимость» 6–8 баллов, 75 % участников поставили оценки от 6 до 10 баллов.

Полученные данные оценки дистанции свидетельствуют о том, что она в целом может эффективно использоваться в учебном процессе для направления специальности 1-89 02 01-01 «Спортивно-туристская деятельность (спортивный и рекреационный туризм)» и позволяет формировать необходимые умения и навыки проведения ПСР. Дистанция преодолима для студентов-выпускников по всем основным параметрам (количество и содержание этапов, общее время работы на дистанции и пр.). Вместе с тем, она нуждается в некоторой коррекции. Возможно, следует уменьшить количество и упростить отдельные определяющие этапы по технике спасательных работ (не превышать 3 класс сложности) при сохранении их интереса для участников. В то же время следует отметить, что сам уровень подготовленности студентов специализации к таким соревнованиям в целом не соответствует базовому (уровню 2-го разряда в видах спорта «Туризм спортивный» и «туристско-прикладные многоборья») и его необходимо повышать в процессе обучения.

1. Гоголадзе, В.Н. Организация и проведение соревнований по поисково-спасательным работам (комбинированному туризму): учеб.-метод. рекомендации / В.Н. Гоголадзе. – 2004. – 116 с.

2. Подлиских, В.Е. Методика планирования дистанции соревнований по технике поисково-спасательных работ в туризме / В.Е. Подлиских, А.И. Колесник // Инновационные технологии в сфере туризма, гостеприимства, рекреации и экскурсоведения: материалы межд. науч.-практ. конф., Минск, 20 апреля 2011 г.; редкол.: М.Е. Кобринский (гл. ред.) [и др.]; Белорус. гос. ун-т физ. культуры. – Минск: БГУФК, 2011. – С. 113–116.

3. Поисково-спасательные работы «Школа выживания» // Сборник материалов. – Витебск: Изд-во РТСС, 2010. – 34 с.

4. Правила соревнований по туристско-прикладным многоборьям в технике лыжного, горно-пешеходного туризма и поисково-спасательным работам. – Минск: Изд-во Республиканского центра туризма и краеведения учащейся молодежи, 2011. – 111 с.

АНАЛИЗ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ТУРИСТИЧЕСКИХ ПРЕДПРИЯТИЙ ПО ФОРМИРОВАНИЮ И ВНЕДРЕНИЮ ТУРОВ НА РЫНОК И ПУТИ ЕЕ СОВЕРШЕНСТВОВАНИЯ

Е.А. Потапенко,

Центр по санаторно-курортной работе «ЦентрКурорт» управления делами Президента Республики Беларусь, Республика Беларусь

Нынешний XXI век, наряду со многими феноменальными событиями и явлениями в жизни мирового сообщества, демонстрирует чуть ли не взрывной характер туризма. Сегодня туризм возглавляет список важнейших социально-экономических отраслей мировой экономики. Он становится стилем жизни миллионов людей на нашей планете. Его благотворное влияние на развитие политических, социальных, культурных связей и межличностных отношений в международном масштабе стало для всех очевидным фактом.

По мнению американского маркетолога Т. Левитта, «ничто не отнимает больше времени и денег, не встречает на пути больше препятствий и ловушек, не создает больших неприятностей и не портит больше карьер, чем начатые с самыми лучшими намерениями программы создания новых товаров».

Логика рыночной экономики такова, что в конкуренции побеждает тот, кто быстрее других освоит нововведение и предложит его потребителю. Риск, связанный с новаторством, велик, но столь же велики связанные с ним материальные выгоды.

В современных условиях туризм играет значительную роль во взаимодействии экономик и взаимообогащении культур. По мере того, как туризм развивался и становился неотъемлемой частью современной жизни, возрастало его значение, туристические фирмы начали охватывать широкий диапазон проблем – от производства туристических услуг, их размещения и позиционирования, сегментирования туристского рынка до стратегической маркетинговой деятельности.

В настоящее время для обеспечения успешной продажи туров туристическим предприятиям надо делать больше, чем просто создавать и отслеживать их отличное качество, устанавливать цены и организовывать размещение наилучшим способом. Различные компании стремятся продавать свои услуги, сопровождая их информативными обращениями, то есть развивать коммуникационные функции маркетинга, особенно рекламе, разрабатывать системы комплексного обслуживания потребителей, мотивировать персонал, разрабатывать стратегические направления деятельности.

Известно, что каждого руководителя, прежде всего, интересует конечный результат деятельности фирмы, т. е. коммерческий успех предприятия. А успех этот напрямую зависит от того, насколько качественно

сформирован тур. Ни одна туристическая фирма не может пользоваться только имеющимися в ее ассортименте маршрутами. Постоянно изменяются понятия населения о наилучших видах отдыха, меняется мода на престижные места отдыха, появляются новые курортные районы, новые клиенты приходят с новыми запросами по поводу организации деловых или иных туров в ранее не охваченные данным туроператором регионы. Ни одна фирма не может не учитывать постоянно изменяющегося спроса на те или иные услуги, которые требуют туристы, ни одна не может обойтись без спадов и подъемов спроса на ее услуги в течение года.

Коммерческий успех туристской фирмы зависит также от того, какие туры она предлагает, какие туристические услуги оказывает и насколько качественно все это делается.

На практике под туром понимают комплекс услуг по размещению, перевозке и питанию туристов, экскурсионному обслуживанию, включая услуги гидов-переводчиков и руководителей групп, а также другие услуги, предоставляемые в зависимости от целей путешествия. Тур является товарной формой туристического продукта, реализуемого в идее путевки или ваучера. Как правило, он же является первичной продажной единицей туристического продукта на туристическом рынке. Наиболее распространены следующие виды туров:

- групповые, удовлетворяющие интересы массового покупателя;
- индивидуальные, предназначенные для индивидуальных пользователей или небольших групп;
- пэкидж-туры – заранее спланированный набор услуг, ориентированный на определенный вид туризма.

Туристические услуги при этом делятся на основные (включенные в договор и оплаченные посетителем) и дополнительные (оплачиваемые в момент потребления во время путешествия или в месте пребывания). Предлагаемый фирмами, туроператорами тур может быть продан потребителю для личного пользования, в розницу, а также оптовым покупателям (фирмам-посредникам, турагентам) для извлечения экономической выгоды. Он же, предлагаемый к продаже в розницу, продается в соответствии с установленными фирмами правилами продаж туристических путевок.

Бесспорным является тот факт, что какие бы усилия ни прилагало туристическое предприятие для эффективной организации работы с уже имеющимися услугами на всех стадиях их жизненного цикла, существует объективная необходимость разработки новых продуктов. Это связано с тем, что в условиях быстрых перемен во вкусах, технологиях и состоянии рынка фирма не может полагаться только на существующие продукты. В настоящее время произошло изменение желаний потребителя – он ждет новых, более познавательных и увлекательных предложений, новых направлений. И при этом конкуренты прилагают максимум усилий, чтобы предложить ему эти новинки. Следовательно, разработка тура – сложная многоступенчатая процедура, требующая достаточно высокой квалификации и являющаяся основным элементом технологии туристического обслуживания.

Перед тем как принимать решение об организации туров в новое место назначения, туристическая фирма проводит маркетинговые исследования. Необходимо выявить нужды, приоритеты потребителей, тенденции спроса. Это поможет так сформировать турпакет, чтобы более полно удовлетворить все потребности покупателя (туриста). Эти исследования помогают также правильно направить ход планирования туров и ведения договорной кампании с поставщиками услуг.

Подготовительная работа начинается за два года и более до того, как произойдет первая отправка туристов по новому маршруту, по новой программе или в новую страну.

Большое значение для привлекательности туров имеет их продолжительность. Рекламируются, например, краткосрочные туры конца недели – «уик-энд». Самыми массовыми являются туры продолжительностью 7–10 дней, поездки продолжительностью 14 дней и более занимают уже значительно меньшую долю в общем ассортименте предлагаемых зарубежных поездок.

Взяв за основу деятельность туристической фирмы «ЦентрКурорт», формирование и внедрение тура на рынок – сложный и многоступенчатый процесс, который включает маркетинговые исследования и анализ сегментов рынка и конкурентов на нем, предполагаемый потребительский спрос, направления выезда, конъюнктуру туристического рынка, оценку реальных затрат на разработку, рекламу. Анализируя имеющиеся данные о возможных предпочтениях и доходах покупателя, предлагаемых затратах туроператора на разработку турпродукта, можно оценить целесообразность и экономическую эффективность его разработки.

Как правило, формирование тура включает следующие этапы:

- разработка замысла (идеи) тура;
- поиск и отбор партнеров и поставщиков;
- формирование основного и дополнительного комплексов услуг;
- экспериментальная проверка тура.

Безусловно, разработка и внедрение на рынок новых продуктов содержат значительные элементы риска. Маркетологами подсчитано, что на рынке услуг проваливается до 18 % новинок, вступивших в стадию коммерческого освоения. Среди возможных причин подобных неудач выделяют: неправильное определение потребностей клиентуры или какая-нибудь иная ошибка в замысле тура; неверная оценка емкости рынка; неудачная система сбыта; плохо организованная реклама; недооценка возможностей конкурентов.

Следовательно, фирмам необходимо постоянное совершенствование данной деятельности. Несмотря на то, что «ЦентрКурорт» является довольно успешной компанией, туроператором, крепко удерживающим лидирующие позиции в своих направлениях, фирме есть к чему стремиться.

Для исследуемой компании были предложены следующие пути направления совершенствования деятельности по формированию и внедрению туров на рынок:

- постоянная работа компании со своими турагентами;
- подготовка, переподготовка и повышение квалификации специалистов исследуемой компании;
- обеспечение маркетинговой стратегии продвижения тура на туристический рынок;
- внедрение системного информационного комплекса в офис туристического предприятия и «отслеживание» последних достижений науки и техники;
- участие в международных специализированных выставках и ярмарках;
- проведение работы, направленной на поиск новых условий для организации индивидуальных туров (договоры с экскурсоводами, договоры с транспортными компаниями);
- расширение ассортимента самостоятельно формируемых пэкидж-туров;
- налаживание деловых контактов с иностранными туроператорами для получения большей прибыли;
- разработка новых маршрутов тура, так как основной акцент компании направлен на «избитые» и «изъезженные» направления, как Египет, Турция (отметив, что в арсенале компании есть индивидуальные туры в Малайзию, Индонезию, Таиланд).

Таким образом, значение работы с продуктом для экономического роста и безопасности туристического предприятия особенно возрастает в рыночных условиях. Новые туры, положительно воспринятые потребителями, обеспечивают предприятию на какое-то время известное преимущество перед конкурентами.

ОСОБО ОХРАНЯЕМЫЕ ПРИРОДНЫЕ ТЕРРИТОРИИ – ОСНОВА РАЗВИТИЯ ЭКОЛОГИЧЕСКОГО ТУРИЗМА В РЕСПУБЛИКЕ БЕЛАРУСЬ (НА ПРИМЕРЕ РЕСПУБЛИКАНСКОГО БИОЛОГИЧЕСКОГО ЗАКАЗНИКА «СПОРОВСКИЙ»)

И.П. Протасевич,

Белорусский государственный университет физической культуры,
Республика Беларусь

Беларусь располагает значительным естественно-ресурсным потенциалом для развития экологического туризма благодаря наличию ценных и эстетически привлекательных ландшафтов, не затронутых процессами урбанизации и хозяйственного освоения, уникальной флоры и фауны, большого количества редких и исчезающих видов, внесенных в белорусскую и международную Красную книгу, сети особо охраняемых природных территорий. Особую привлекательность страны для экотуристов создает этнокультурное наследие, разнообразие народных праздников, обычаев, традиций, ремесел и промыслов.

Развитие экологического туризма позволяет обеспечить использование этого естественно-ресурсного потенциала для решения социально-экономических проблем территорий, не нарушая при этом целостности природных комплексов и не ухудшая качества жизни местного населения, что представляется одним из перспективных вариантов экономического развития страны и ее отдельных регионов [7]. Несмотря на объективные и субъективные трудности, экологический туризм в стране развивается и принимает все более отчетливые формы. Большую позитивную роль в этом процессе играют такие факторы, как:

- поддержка ряда международных организаций;
- объединение участников природоохранной и экотуристской деятельности путем создания ассоциаций и фондов;
- проведение целевых конференций и саммитов.

Согласно закону Республики Беларусь «Об особо охраняемых природных территориях», целевые рекреационные функции имеет лишь один вид ООПТ – национальные парки [1]. Однако важное общественное значение развития экологического туризма и его минимальное воздействие на природную среду (в силу особого типа туристской мотивации и организованного характера посещения природоохранных территорий) позволяют отнести к числу ключевых объектов экологического туризма также заповедники и заказники. При этом режим туристского посещения ООПТ должен быть научно обоснован и определен в индивидуальном порядке с учетом уязвимости местных экосистем. Экологический туризм является сектором туристского комплекса с наиболее явно выраженной естественно-ресурсной ориентацией, что определяет специфику его территориальной организации. В качестве базовых центров экологического туризма национального уровня выступают территории, соответствующие ряду критериев:

- высокая познавательная ценность и эстетическая привлекательность местных элементов природного и культурного наследия;

- уникальность природных и культурных комплексов, их экзотичность для большинства отечественных и зарубежных туристов;
- высокая степень сохранности природных объектов в естественном состоянии, минимальная степень антропогенного воздействия на экосистему;
- высокий природоохранный статус (международный или национальный) и значительная площадь территории, достаточная для обеспечения экологической устойчивости природных комплексов (не менее 15 тыс. га, оптимальная 30–50 тыс. га).

Вышеобозначенным критериям полностью соответствует заказник «Споровский» – уникальный не только в природном отношении, но и в этнокультурном аспекте регион Белорусского Полесья.

Республиканский биологический заказник «Споровский» образован в 1991 году в целях сохранения биоразнообразия уникальных, одних из наименее трансформированных пойменных низинных болот в Европе. В настоящее время заказник имеет международный охранный статус водно-болотной территории (Рамсарское угодье). Заказник расположен на территории Березовского, Дрогичинского, Ивановского и Ивацевичского районов Брестской области и занимает площадь 19 384 га [5]. Генезис низинных болот (его ландшафтная основа), особенности болотных экосистем и отдельные представители растительного и животного мира данных экосистем представляют несомненный интерес для экологов.

Типичным, привлекательным для туристов и сравнительно легко формируемым туристским продуктом особо охраняемых природных территорий являются непродолжительные (двух-трехдневные) экологические походы (в том числе с активными способами передвижения) и экскурсии по обустроенным экологическим тропам [3, 4].

Поэтому целью настоящего исследования являлась разработка маршрута туристской экологической прогулки по ландшафтно-географической тематике на территории Республиканского биологического заказника «Споровский» и оценка данного маршрута с точки зрения рекреационно-познавательной ценности.

К наиболее значимым факторам развития экотуризма в заказнике относятся: угодья, разнообразие растительного и животного мира, распределение почвенного покрова, гидрология, климатические условия.

Исходя из оценки эколого-туристского потенциала заказника, при разработке модели маршрута экологической прогулки к нему предъявлялись следующие обязательные требования (критерии моделирования):

- маршрут должен предоставлять возможность для знакомства туристов с характерным для территории заказника ландшафтом: плоскорельефной аллювиальной равниной с озерами, речными долинами, надпойменными террасами и уникальными минеральными островами;
- в качестве основного экскурсионного объекта маршрут должен включать участок заболоченной территории, расположенной в пойме реки Ясельда (охраняемый компонент ландшафта) для знакомства туристов с характерными растительными сообществами низинных пойменных болот (в основном с низинными осоковыми лугами);
- маршрут должен предоставить возможность туристам наблюдать видовое разнообразие птиц, гнездящихся на болотах (в частности, наблюдать вертячую камышевку, плотность популяции которой на территории заказника является самой высокой в мире) [5];
- маршрут должен способствовать полноценному отдыху туристов, восстановлению их физических, эмоциональных сил в рамках недельного цикла рекреации с учетом вероятного участия в прогулке подростков, лиц среднего и пожилого возраста.

С учетом представленных выше критериев моделирования была разработана нитка маршрута однодневной экологической туристской прогулки по территории Республиканского заказника «Споровский» (рисунок 1).

Маршрут пеший начинается восточнее озера Споровское. Протяженность – около 6 км. Срок пребывания на нем – не менее шести часов. Основные объекты наблюдения связаны с особенностями биологии болот и минеральных вкраплений по ходу маршрута. В первую очередь это ботанические объекты и болотные угодья. К второстепенным можно отнести мир птиц и насекомых.

К началу маршрута можно подъехать на микроавтобусе. Размер группы туристов до 20 человек. Маршрут берет начало с сосново-лещинового леса. Это первый пункт осмотра – лесные травы и птицы. Вторая остановка – через 2 км, в урочище «Липица». Далее – на юг, к реке Ясельда. Путь идет по «зимнику». Это третий остановочный пункт, где туристы знакомятся с болотным разнотравьем и птицами; пункт 4 – обед на берегу Ясельды. Затем туристы движутся вдоль реки Ясельда вверх по течению около 2 км до Нового канала и далее на север, к его началу.

Процесс создания маршрута экологического похода многоразового использования (в том числе маркированного маршрута) включает по крайней мере два этапа. Вначале, с использованием картографических материалов, описаний вероятных экскурсионно-познавательных объектов и иных информационных материалов, по результатам полевых изысканий разрабатывается модель маршрута; затем данная модель проходит тщательную опытную оценку на местности, и в нее, при необходимости, вносятся коррективы. Хорошо разработанный маршрут является основой и непременным условием эффективного достижения целей похода, без лишних физических, организационных, финансовых затрат для его участников и организаторов. При этом значимыми целями проведения экологических походов являются, прежде всего, рекреация туристов и осуществление намеченной эколого-познавательной программы.

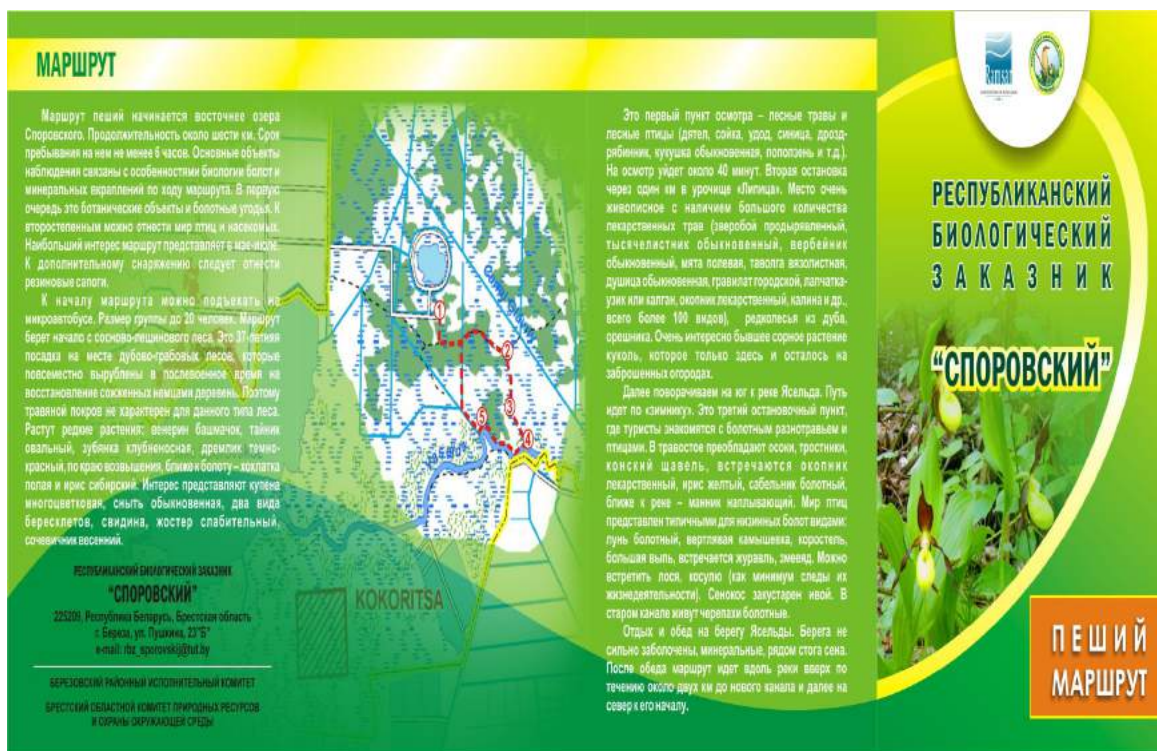


Рисунок 1 – Нитка маршрута однодневной экологической туристской прогулки

Модель данного экопродукта – маршрута – разрабатывалась на основании картографического метода анализа и проектирования. Изучение местности совершения похода велось по туристской карте территории заказника «Споровский» (масштаба 1:100000) [5, 6]. В качестве специальных информационных источников при составлении модели маршрута использовалось также описание территории заказника «Споровский» и потенциальных объектов экскурсионного показа, ландшафта района путешествия [5]. Экспериментальная оценка и корректировка предложенной модели проводилась по результатам проведения экологической экскурсии с группой туристов из Дании и Германии в июле 2009 г. (8 человек).

В итоге проведенных исследований разработан маршрут туристской экологической прогулки по ландшафтно-географической тематике. Проведена экспериментальная оценка маршрута; определены параметры маршрута, пункты экскурсионного обслуживания и содержание экскурсий, познавательные объекты наблюдения. Маршрут предназначен для многоразового использования в течение мая – сентября; является приемлемым с точки зрения физической нагрузки для туристов различных возрастных групп, включая детей, подростков, людей зрелого и пожилого возраста.

Экологический туризм является приоритетным направлением туристской деятельности в Республике Беларусь [2]. Наиболее значимым потенциалом для формирования и успешной реализации эколого-туристского продукта обладают особо охраняемые природные территории Беларуси с высоким уровнем сохранности естественных ландшафтов, наличием интересных для туристов экскурсионных объектов, соответствующих средств и условий для успешного осуществления экологических путешествий. Поэтому не случайно на территории национальных парков, заповедников и заказников проходят экологические маршруты, позволяющие использовать их как действенное средство возрождения периферийных территорий республики, привлекая инвесторов к ценным историко-культурным и природным объектам.

Биологический заказник «Споровский» как ООПТ представляет естественный природный комплекс низинных болот в пойме Ясельды со своеобразной флорой и фауной, включающей редкие и исчезающие виды животных и растений. Высокая степень сохранности естественных пойменно-болотных ландшафтов свидетельствует о наличии предпосылок для формирования на основе заказника центра экологического туризма национального, а в перспективе – международного значения.

1. Закон Республики Беларусь «Об особо охраняемых природных территориях» от 20 октября 1994 г. № 3335-XII; Изменения и дополнения: Закон Республики Беларусь от 23 мая 2000 г. № 396-З (Национальный реестр правовых актов Республики Беларусь, 2000 г., № 52, 2/171) // Нац. центр правовой информ. Республики Беларусь. – Минск, 2009. – Режим доступа: <http://www.pravo.by>. – Дата доступа: 15.08.2009.

2. Закон Республики Беларусь от 29 июня 2006 г. № 137-З (Национальный реестр правовых актов Республики Беларусь, 2006 г., № 107, 2/1235) // Нац. центр правовой информ. Республики Беларусь. – Минск, 2009. – Режим доступа: <http://www.pravo.by>. – Дата доступа: 15.08.2009.

3. Закон Республики Беларусь от 7 мая 2007 г. № 212-З (Национальный реестр правовых актов Республики Беларусь, 2007 г., № 118, 2/1309) // Нац. центр правовой информ. Республики Беларусь. – Минск, 2009. – Режим доступа: <http://www.pravo.by>. – Дата доступа: 15.08.2009.

4. Национальная программа развития туризма в Республике Беларусь на 2006–2010 гг.: Постановление Совета Министров Республики Беларусь от 29 июля 2006 г. № 963: текст по состоянию на 1 дек. 2008 г. [Электронный ресурс] // Нац. центр правовой информ. Республики Беларусь. – Минск, 2009. – Режим доступа: <http://www.pravo.by>. – Дата доступа: 11.08.2009.

5. Национальный парк «Нарочанский»: рекламный интернет портал [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.naroch.com>. – Дата доступа: 16.07.2009.

6. Национальный парк «Браславские озера»: рекламный Интернет-портал [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.braslav.com>. – Дата доступа: 16.07.2009.

7. Республиканский биологический заказник «Споровский»: рекламный буклет / Брестский областной комитет природных ресурсов и охраны окружающей среды; сост.: А.Н. Дымар, В.Н. Протасевич. – Брест, 2008. – 11 с.

8. Топографическая карта № 35-123 «Белоозерск»: масштаб 1:100000 [Электронный ресурс]. – 2005. – Режим доступа: <http://www.roehali.net>. – Дата доступа: 15.06.2009.

9. Шарапо, А.В. Анализ факторов развития экологического туризма в заказнике «Споровский». Разработка концепции развития экологического туризма в заказнике «Споровский»: отчет о научно-исследовательской работе / А.В. Шарапо, Д.Г. Решетников – Минск: БГУ, 2007. – 102 с.

ЭКОЛОГО-ПРОСВЕТИТЕЛЬСКИЕ ЦЕНТРЫ КАК МАТЕРИАЛЬНАЯ И ИНФОРМАЦИОННАЯ БАЗА ДЛЯ РАЗВИТИЯ ЭКОЛОГИЧЕСКОГО ТУРИЗМА (НА ПРИМЕРЕ ЗАКАЗНИКА «СПОРОВСКИЙ»)

И.П. Протасевич,

Белорусский государственный университет физической культуры,
Республика Беларусь

Любовь к природе и желание ее защитить должны воспитываться с детства. Сегодня и многим взрослым необходим своеобразный экологический ликбез. Для экологического туризма также нужны некие отправные точки, стартовые площадки, материальная и информационная база. Именно поэтому в нашей стране активно появляются эколого-просветительские центры.

В деревне Высокое Березовского района Брестской области состоялось открытие эколого-просветительского центра ГПУ «Республиканский биологический заказник «Споровский».

Центр создан на базе местной администрации при финансовой поддержке проекта Программы развития ООН (ПРООН) Глобального экологического фонда (ГЭФ) «Создание условий для устойчивого функционирования системы охраняемых водно-болотных угодий в Белорусском Полесье» и Программы малых грантов ГЭФ.

Центр не случайно открылся в заказнике «Споровский», потому что именно здесь, в этом уникальном регионе, находится огромное количество редких и исчезающих видов растений, птиц, насекомых и т. д. Все это необходимо сохранить.

«Споровский» обладает огромным потенциалом для развития экологического туризма, который может стать, в свою очередь, источником доходов для местного населения. Особо охраняемым природным территориям в республике уделяется повышенное внимание, об этом свидетельствует тот факт, что они занимают 10 % всей территории Беларуси.

Заказник «Споровский» – это одно из самых больших низинных болот в Европе, имеет международный статус Рамсарской территории, здесь отмечено 112 видов птиц, 17 из них включено в Красную книгу Республики Беларусь. Главная ценность заказника – вертячая камышевка [3].

Эколого-просветительский центр располагает библиотекой с имеющейся в ней методической и популярной литературой. Помимо двух конференц-залов, где проходят обучающие семинары и другие мероприятия, в центре есть комфортабельная мини-гостиница. Кроме того, при желании туристы могут размещаться и в близлежащих сельских усадьбах «Щедрый заяц», «У Татьяны» и «Споровская», которые являются участниками конкурса микропроектов в рамках Программы финансовой поддержки для развития экотуризма в регионе Белорусского Полесья.

Для того чтобы процесс обучения не ограничивался сугубо теоретическими занятиями, с помощью научных сотрудников Брестского университета создана экологическая тропа. Петляющая экотропа выводит к смотровой вышке, откуда, вооружившись биноклями, все желающие могут поближе полюбоваться жизнью обитателей заказника.

У песчаного берега реки Ясельды сделана понтонная переправа, чтобы экотуристы смогли углубиться на территорию знаменитого болота по специальному настилу примерно на километр.

Для туристов также разработан 2-дневный экологический водный маршрут «По Ясельде-реке» длиной в 25 км. Старт – русло реки Ясельды, затем участники похода пройдут по озеру Споровскому до деревни Спорово или Кокорица. За время путешествия туристы увидят большое количество разнообразных птиц, в том числе и редких – большую белую цаплю, выпь, различных куликов и др. На стоянке в урочище «Нивище» можно собирать чернику и встретить редкое растение – гвоздику картузианскую. Программа водного маршрута предполагает также знакомство с бытом жителей деревень, приобретение изделий местных умельцев [2].

Гости заказника смогут выбрать и другие варианты экологических путешествий, например, пеший тур под названием «Уникальное озеро Споровское» или комбинированный «Палеская спадчына» с посещением уникального музея «Бездежский фартушок» [1]. Сегодня «споровчане» имеют и еще один «плюс»: чемпионат по ручному сенокосению «Споровские сенокосы». С прошлого года этот уникальный локальный чемпионат стал открытым для всей Беларуси, а его призы принимали участие во втором чемпионате Европы и заняли на нем почетное второе место.

«Пионерами» в деле распространения в Беларуси экологического ликбеза стали активисты, живущие на Россонщине. В рамках пятого республиканского фестиваля сельского туризма «Заборский фэст» произошло знаковое событие – открытие центра экологического воспитания ГПУ «Эко-Росы» в деревне Заборье.

Центр расположился в новом просторном здании. Его стилизованные деревянные стены украсила фото-выставка, подготовленная членами клуба фотоохотников «Дикая природа». Центр ведет активную деятельность, прежде всего среди молодежи. А сегодня он является стартовой площадкой для «зеленого маршрута» «Голубое ожерелье Россон».

Концепция устойчивого развития предполагает комплексное развитие территорий, где в тесной связи переплетены социальные, экономические и экологические процессы. В этой связке самым уязвимым звеном является экологическая составляющая, вопросы охраны окружающей среды.

Создаваемые эколого-просветительские центры призваны устранить это «неравноправие», тем более, что значимость объектов природы неизмеримо возросла и становится большей, чем значимость промышленных объектов, которые раньше считались градообразующими. Сейчас можно сказать, что территориально-образующими объектами являются заказники, заповедники, природоохраняемые территории, где и создаются экологические центры.

Экологические центры – это весьма востребованные учреждения. Однако необходимо очень тщательно продумать их концепцию и определить, какие функции эти центры будут выполнять. Одно дело – принимать индивидуальных туристов, которые просто хотят увидеть заказник или заповедник, пройти «зеленый маршрут». Другое дело – организовывать обучение школьников.

В Германии, например, каждый школьный класс ежегодно проходит своеобразный экологический ликбез, но там центры – это еще и лаборатория, учебная база, где школьники проводят самостоятельно наблюдения, разнообразные опыты и пр. Это направление очень перспективно, но для того чтобы его развивать, создаваемые центры должны иметь, кроме пассивной информации, еще и интерактивный вариант – с микроскопами, большой видеотекой, библиотекой.

В качестве стартового варианта, обеспечивающего местное население, туристов, гостей края справочной литературой, информацией, а также имеющего места для размещения, открывающиеся экоцентры вполне годятся. Но еще нужно думать, как совмещать развитие экотуризма и экологическое просвещение.

Международный опыт позволяет сегодня проследить развитие подобных центров. Например, в Эстонии, где в одном из лесничеств такое учреждение организовано. Через какое-то время оказалось, что финансовая прибыль от работы центра превышает прибыль от заготовки древесины.

Международный опыт показывает, что экоцентры вполне могут расширять свои функции и превращаются в центры устойчивого развития, координирующие развитие экотуризма, агротуризма, ремесел, малого бизнеса и культуры. Образец подобного исследовательского комплексного центра есть в Германии, возле Баварского леса.

Организация и развитие эколого-просветительских центров должны происходить в тесном партнерстве государственных и негосударственных организаций. В результате выигрывают все, а главное, наша природа.

1. Республиканский биологический заказник «Споровский»: рекламный буклет / Брестский областной комитет природных ресурсов и охраны окружающей среды; сост.: А.Н. Дымар, В.Н. Протасевич. – Брест, 2008. – 11 с.

2. Топографическая карта № 35-123 «Белоозерск»: масштаб 1:100000 [Электронный ресурс]. – 2005. – Режим доступа: <http://www.poechali.net>. – Дата доступа: 15.06.2009.

3. Шарапо, А.В. Анализ факторов развития экологического туризма в заказнике «Споровский». Разработка концепции развития экологического туризма в заказнике «Споровский»: отчет о научно-исследовательской работе / А.В. Шарапо, Д.Г. Решетников. – Минск: БГУ, 2007. – 102 с.

АНАЛИЗ НЕКОТОРЫХ АСПЕКТОВ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ТУРИСТИЧЕСКОЙ ФИРМЫ «ГАЛАР-ЭКСПО» ПО ОРГАНИЗАЦИИ АВТОБУСНЫХ ТУРОВ В ЕВРОПУ

М.Т. Рустомова, К.Т. Надольская,

Белорусский государственный университет физической культуры,
Республика Беларусь

Автобусный тур – туристический продукт, включающий в себя: перевозку группы туристов на автобусе по определенному маршруту; размещение в отелях в соответствии с программой тура; экскурсионное обслуживание в соответствии с программой тура; сопровождение руководителем туристической группы [1].

Автобусные туры по Европе – сравнительно молодой вид туристических путешествий, начало возникновения которых относится к 70-м гг. XX века. Анализ исследований, проводимых по данному виду путешествий, статистические данные свидетельствуют о том, что количество туристов, посещающих Европу, увеличивается из года в год. По данным Статистического Комитета Республики Беларусь, за 2009 г. 316322 организованных туристов посетили европейские страны, а в 2010 г. – 414738 [2]. Данная тенденция, то есть возрастающая популярность автобусных туров, притом среди туристов различных возрастных категорий, подтверждается и результатами деятельности туристического частного унитарного предприятия «Галар-экспо» (далее – ТЧУП). «Галар-экспо» является одним из ведущих туроператоров Республики Беларусь по организации автобусных туров по европейским странам. Начиная с 1994 г. ТЧУП «Галар-экспо» организует разнообразные туры с учетом интересов клиентов – экскурсионные, спортивные, религиозные и т. д. За прошедшее с момента образования ТЧУП «Галар-экспо» время накоплен определенный опыт и данная компания зарекомендовала себя на туристическом рынке как надежный и стабильный туроператор, стремящийся постоянно повышать качество обслуживания клиентов.

Туристическая компания «Галар-экспо» предлагает автобусные туры по Восточной и Западной Европе еженедельно сроком на 7/14 дней, а также туры выходного дня по следующим странам: Австрия, Великобритания, Венгрия, Германия, Испания, Италия, Латвия, Литва, Нидерланды, Польша, Россия, Украина, Франция, Чехия, Швейцария, Эстония.

Приоритетными и ведущими направлениями являются автобусные туры по Великобритании, Чехии, Германии, Австрии, Венгрии, Швейцарии.

Анализ материалов туристической компании «Галар-экспо» показал, что вся деятельность по автобусным турам основывается на изучении и применении национального и международного законодательства.

Автобусные туры представляют собой специфический вид туристической деятельности, включающий в себя не только организацию и перевозку туристов, но и решение вопросов их питания, размещения, экскурсионного обслуживания. Поэтому при организации автобусного тура важнейшей составляющей является разработка программы тура. Программа тура включает в себя перечень услуг, достопримечательных объектов и досуговых мероприятий, предоставляемых туристам в определенной последовательности, времени, месте и условиях обслуживания [2]. Изучение программ туров, осуществляемых ТЧУП «Галар-экспо», свидетельствует о серьезном отношении к этому важному аспекту в деятельности предприятия. На этапе предварительной подготовки программы тура туроператором формируется турпродукт, содержание которого излагается в программе тура с указанием сведений:

- о маршруте туристического путешествия, дате и времени начала и окончания туристического путешествия;
- о порядке встречи и проводов, сопровождения туристов;
- о характеристике транспортных средств, осуществляющих перевозку туристов;
- о стоимости туров;
- о характеристике объектов для размещения туристов, в том числе их местоположение, правила временного проживания, а также иная обязательная информация, установленная законодательством страны временного пребывания туристов;
- о порядке обеспечения питания туристов во время осуществления туристического путешествия;
- о перечне и характеристике иных оказываемых туристических услуг.

В проведенном нами маркетинговом исследовании среди туристов ТЧУП «Галар-экспо» 90 % туристов программе тура «Чехия-Германия-Австрия» дали высшую оценку 5 баллов (рисунок 1).

Для продвижения тура «Галар-экспо» применяет комплекс мер направленных на формирование спроса на туристические услуги, в том числе посредством рекламы, участия в специализированных выставках, ярмарках, издания буклетов и др.

Привлекательность автобусных туров нашими респондентами обосновывается следующими факторами:

- во-первых, это возможность увидеть несколько европейских государств за одну поездку;
- во-вторых, автобусный тур является одним из самых дешевых в Европе. Например, в 1,5 – 2 раза дешевле, чем обычный тур с авиаперелетом.

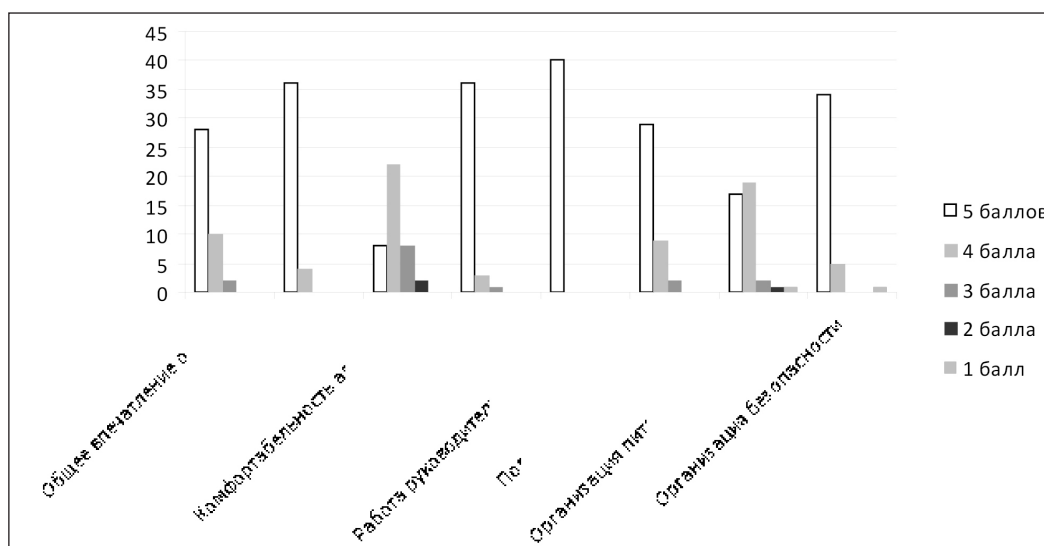


Рисунок 1 – Удовлетворенность туристов от полученных услуг в автобусе

В организации и реализации автобусных туров существуют как объективные, так и субъективные факторы, порождающие сложные для туроператора проблемы, а также неудовлетворенность туристов качеством некоторых полученных услуг. Одной из основных проблем в настоящее время при организации автобусных туров является недостаток комфортабельных, соответствующих мировым стандартам автобусов. Автопарк, используемый в международных пассажирских перевозках, более чем на 80 % состоит из автобусов, период эксплуатации которых превышает 10 лет. Транспортное машиностроение Беларуси не в состоянии обеспечить туристическое хозяйство качественными и конкурентоспособными по цене автобусами [3]. В нашем исследовании только 20 % респондентов отметили комфортабельность автобуса как соответствующую их потребностям, т. е. оценили в 5 баллов.

Немаловажной проблемой является и обеспечение безопасности туристов – сохранения их жизни, здоровья, имущества, тем более, что автомобильный транспорт – один из самых опасных видов передвижения.

Результаты нашего исследования показали, что ТЧУП «Галар-экспо» при дальнейшей организации автобусных туров следует продолжить работу по улучшению качества предоставляемых услуг, обратив особое внимание на:

- организацию питания в автобусе и по пути следования;
- организацию безопасности во время тура;
- комфортабельность автобуса.

Это будет способствовать увеличению количества постоянных клиентов и развитию положительного имиджа ТЧУП «Галар-экспо».

1. Осипова, О.Я. Транспортное обслуживание туристов: учеб. пособие для студ. высш. учеб. заведений / О.Я. Осипова. – 2-е изд., доп. – М.: Академия, 2006. – 384 с.

2. Национальный статистический комитет Республики Беларусь «О развитии туризма, деятельности туристических организаций и средств размещения за 2010 год».

3. Конкурентоспособность туристического комплекса Республики Беларусь: монография / Е.Г. Киреенко [и др.] – Минск: БГПУ, 2010. – С. 107.

«БЕЛАВИА» КАК СУБЪЕКТ ТУРИСТИЧЕСКИХ ПЕРЕВОЗОК

М.Т. Рустамова, Е.В. Римарева,

Белорусский государственный университет физической культуры,
Республика Беларусь

Туризм как вид деятельности юридических лиц, индивидуальных предпринимателей по организации туристических путешествий не может рассматриваться вне его связи с транспортом. Туристическое путешествие, как правило, реализуется с использованием следующих видов транспорта: воздушного, наземного, водного. Каждый из них имеет свои преимущества и недостатки, обусловленные историческим развитием, техническими, экономическими, экологическими и другими характеристиками. Эти характеристики и являются определяющими при выборе транспортного средства, при организации туристических перевозок.

С середины 50-х годов XX века наблюдается мировая тенденция постепенного вытеснения авиацией других участников рынка туристических перевозок на дальние расстояния. В настоящее время при перевозке пассажиров (туристов) на расстояния, превышающие 1 тыс. км, у авиакомпаний практически нет конкурентов [1].

Приоритеты выбора путешественниками воздушного транспорта подтверждают и перевозки, осуществляемые Национальной авиакомпанией «Белавиа». Статистические данные свидетельствуют о ежегодном увеличении количества перевезенных пассажиров. Так, если в 2010 г. услугами «Белавиа» воспользовалось 968 000 путешественников, то в 2011 г. уже 1 036 000, что составляет плюс 7 % к уровню 2010 г. [2].

Эта положительная динамика достигается посредством многих факторов, в том числе за счет увеличения частоты выполнения полетов, открытия новых регулярных рейсов из Национального аэропорта «Минск» – в Хельсинки, Симферополь, Караганду, а также из Гродно, Бреста и Гомеля в Калининград. Стали регулярными рейсы в Астану, Ганновер. В 2011 г. регулярные полеты выполнялись в 37 аэропортов 23 стран мира [3].

Расширению географии полетов, освоению новых маршрутов объективно способствует дальнейшее обновление авиационного парка. В настоящее время «Белавиа» обладает современным парком воздушных судов западного и российского производств и насчитывает 17 самолетов. Из них: 6 Boeing 737-500; 4 Boeing 757-300; 4 CRS-100/200LR, 3 TU 154M. Все самолеты соответствуют требованиям общемировых стандартов по шумам, по технической безопасности. В соответствии с государственной программой развития гражданской авиации, «Белавиа» и американский лизингодатель Air Lease Corporation подписали договор на поставку 2 76-местных реактивных региональных самолетов Embraer-175, которые планируется эксплуатировать в первую очередь на линиях, где есть постоянный спрос на перелет бизнес-классом. Это рейсы, которые связывают Минск с Москвой, Лондоном, Парижем, Амстердамом и другими городами.

В международном масштабе ежегодно предоставляется рейтинг Топ-10 лучших авиакомпаний мира. По результатам 2010 г. первое место заняла авиакомпания Asiana Airlines. Далее места в первой десятке распределены среди авиакомпаний следующим образом:

2-е место – Singapore Airlines.

3-е место – Qatar Airways.

4-е место – Cathay Pacific.

5-е место – Air New Zealand.

6-е место – Etihad Airways.

7-е место – Qantas Airways.

8-е место – Emirates.

9-е место – Thai Airways.

10-е место – Malaysia Airlines.

По конкретным номинациям, в частности, среди Love-cost авиакомпаний (продающих дешевые билеты) первое место заняла “Air Asia”.

Самой быстроразвивающейся компанией была признана “Garuda Indonesia”. Самый лучший персонал на борту отметили в “Singapore Airlines”, а лучшим экономическим классом может похвастать “Malaysia Airlines”.

По Европе лучше всего передвигаться авиалиниями “Lufthansa” – лучшими авиалиниями Европы, либо “Swiss Int’l Airlines” и “Turkish Airlines”, которым достались 2 и 3-е места.

Белорусские, как, впрочем, и другие компании СНГ, не были отмечены даже третьими местами ни в одной из номинаций. Из всех стран СНГ отличились только “Air Astana” (Казахстан), которая заняла 3-е место в номинации «Лучшая авиакомпания восточной Европы», уступив венгерской авиакомпании “Malev” и чешской “CSA Czech Airlines” [4].

Большинство мировых авиакомпаний прилагают большие усилия к расширению контингента клиентов: предлагают пассажирам приемлемые тарифы; удобное расписание и стыковки с другими авиакомпаниями; внедряют разнообразные льготы для часто летающих пассажиров. «Белавиа» также предпринимает определенные шаги в этом направлении. Так, в настоящее время свыше 10 тысяч пассажиров из 76 стран мира, пользующихся услугами Национальной авиакомпании «Белавиа», получают бонусы [4]. В целом же традиционно, к сожалению, цена авиабилета приравнивалась к европейскому стандарту заработной платы. Вместе с тем следует отметить, что в «борьбе» за пассажиров «Белавиа» пытается применить новую для себя и довольно рискованную роль «гибридной» авиакомпании, которая сочетает классическую транспортную политику и Love-cost. В последнее время «Белавиа» начала внедрять элементы Love-cost. В настоящее время компания работает в ручном режиме, что связано с особенностями конфигурации системы бронирования, но к середине 2012 г. «Белавиа» рассчитывает полностью автоматизировать этот процесс. Хотя в чистом виде модель Love-cost и получила в Европе широкое распространение, но в условиях СНГ, в частности, в России, опыт скорее отрицателен, чем положителен, однако большинство наших респондентов считают, что внедрение гибридной модели работы, учитывающей наработанные Love-cost компаниями механизмы удешевления тарифов, дает возможность предложить более широкий спектр услуг пассажирам.

Одним из главных критериев транспортного средства как для туристов, так и организаторов путешествий является обеспечение безопасности путешествующих. В целях поощрения безопасного развития воз-

душного транспорта создана и функционирует всемирная неправительственная организация авиакомпаний – Международная Ассоциация Воздушного транспорта «ИАТА». В рамках ИАТА разработана признанная на международном уровне система оценки направлений деятельности авиакомпаний, непосредственно связанных с обеспечением безопасности полетов (LOSA). «Белавиа» внесена в регистр ИАТА как авиакомпания, соответствующая стандартам эксплуатационной безопасности (LOSA) и имеет соответствующий сертификат. Наличие сертификата LOSA подтверждает использование авиакомпанией передовых стандартов в области управления безопасностью полетов, определяет международный статус безопасного перевозчика.

В сфере транспортного обслуживания авиационные перевозки имеют определенные непривлекательные особенности, связанные с ландшафтом местности в пунктах взлета и посадки самолетов; зависимостью самолетов от метеоусловий; отдаленностью от населенных пунктов аэропортов, требующих дополнительного времени к непосредственному перелету. Однако, по мнению наших респондентов, главное преимущество – высокая скорость доставки туристов к назначенному месту – компенсирует эти неудобства. Комфортабельность полета, тарифы и льготы, надежность и репутация авиакомпаний и др. позволяют авиационным перевозкам выглядеть для туристов более привлекательными по сравнению с другими видами перевозок.

В условиях достаточно острой конкуренции с авиакомпаниями – «Аэрофлот», «Lufthansa», «Turkish Airlines» и др. Национальной авиакомпании «Белавиа» необходимо расширить спектр предлагаемых услуг на борту самолета, совершенствовать тарифную политику, развивать систему льгот и др.

Все это позволит не только расширить контингент клиентов, но в перспективе занять место в первой десятке лучших авиакомпаний мира.

1. Департамент по авиации Министерства транспорта и коммуникаций Республики Беларусь [Электронный ресурс] / Департамент по авиации. – 2010. Режим доступа: <http://avia.by/> – Дата доступа: 10.02.2012.

2. Белорусское телеграфное агентство БелТА [Электронный ресурс] / БЕЛТА. – Новости Беларуси. – 2010. – Режим доступа: <http://www.belta.by/> – Дата доступа: 08.02.2012.

3. Национальная авиакомпания «Белавиа» [Электронный ресурс] / Республиканское унитарное предприятие «Национальная авиакомпания «Белавиа». Минск, 2012. – Режим доступа: <http://belavia.by/company/> – Дата доступа: 08.02.2012.

4. Рейтинг Авиакомпаний – Топ Авиакомпаний России и мира [Электронный ресурс] Рейтинг Авиакомпаний. Москва, 2008. – Режим доступа: <http://airlines-rating.ru/> – Дата доступа: 08.02.2012.

РАЗРАБОТКА МАРШРУТА ЭКОЛОГИЧЕСКОГО ПОХОДА ПО ТЕРРИТОРИИ ЛАНДШАФТНОГО ЗАКАЗНИКА «КРАСНЫЙ БОР» ДЛЯ ФОРМИРОВАНИЯ СПЕЦИАЛИЗИРОВАННОГО ТУРИСТСКОГО ПРОДУКТА

М.В. Соболев,

Белорусский государственный университет физической культуры,
Республика Беларусь

Экологический туризм является приоритетным направлением развития туризма в Республике Беларусь [1]. Особый интерес для развития экологического туризма представляют охраняемые природные территории (ОПТ) (национальные парки, заказники) благодаря их высокому рекреационно-туристскому потенциалу.

Значимый интерес для развития активных форм экологического туризма представляет, в частности, территория республиканского ландшафтного заказника «Красный Бор». Заказник имеет площадь 34231 га и расположен на крайнем севере Беларуси на территории Верхнедвинского и Россонского районов Витебской области. Он учрежден Постановлением Совета Министров Республики Беларусь от 29.07.1997 № 982 в целях сохранения в естественном состоянии уникального природного ландшафтно-озерного комплекса с популяциями редких и исчезающих видов растений и животных, занесенных в Красную книгу Республики Беларусь. Территория заказника характеризуется слабой населенностью, невысокой хозяйственной освоенностью и относительно низкой антропогенной нагрузкой. Заказник граничит с двумя другими особо охраняемыми природными территориями: – на западе с ландшафтным заказником «Освейский» в Беларуси и с севера – с Себежским национальным парком Российской Федерации [2].

Несмотря на исключительную рекреационно-познавательную ценность территории, на рынке Беларуси представлены единичные туристские экологические продукты, включающие познавательные путешествия по заказнику [2, 4]. Формирование и продвижение экологических туристских продуктов сдерживает, в том числе, отсутствие разработанных маршрутов долговременного использования по территории заказника.

Цель представленной работы – разработать маршрут и определить целевые экскурсионные объекты пешего экологического похода ландшафтно-географической тематики по территории заказника «Красный Бор» для формирования специализированного туристского продукта.

В процессе проектирования маршрута к нему предъявлялись следующие критерии качества (стандарты):

- программа (и маршрут) похода должна быть рассчитана на малые туристские группы – около 10 человек, что отвечает международной практике и требованиям организации экотуризма;
- продолжительность похода 2 – 3 дня (поход выходного дня); протяженность маршрута – от 30 до 50 км;
- маршрут должен проходить по разрешенным для пребывания туристов территориям, входящим в границы ОПТ;
- на маршруте должны присутствовать, природные экскурсионные объекты ландшафтно-географической тематики и рекреационные объекты;
- уровень физической, психической нагрузки, должен быть посильным для участников похода (нагрузки на маршруте должны находиться в рамках физической рекреации);
- питание и проживание туристов – в условиях палаточного полевого лагеря.

Основной познавательной целью похода являлось знакомство (обзорное) с разнообразием ландшафтов заказника. В связи с этим нитка маршрута (как иерархическая система) разрабатывалась нами на основе локализации различных (по особенностям рельефа, растительности и пр.) целевых экскурсионных и рекреационных объектов путешествия, с учетом наиболее полного «охвата» территории заказника и принципа сохранения и охраны природных ландшафтов.

В итоге маршрутного проектирования был предложен следующий маршрут пешего похода ландшафтно-географической тематики многоразового использования (активная часть): пос. Ковали – пос. Ровное Поле – оз. Деражня – р. Свольна – пос. Доброплесы – оз. Белое (Доброплесы) – оз. Бредно – оз. Демя – оз. Изубрица – оз. Белое (Юховское) – оз. Малый Тучек – оз. Тутче – оз. Плотичное – оз. Малое Моховое – оз. Среднее Моховое – пос. Юховичи. План прохождения похода (как составная часть паспорта трассы похода) представлен в таблице 1.

Таблица 1 – План прохождения похода

День похода	Участок маршрута	Протяженность (км)	Способ передвижения
1	г. Минск – пос. Ковали пос. Ковали – пос. Ровное Поле – оз. Деражня – р. Свольна	280 9	Автобус Пешком
2	р. Свольна – пос. Доброплесы – оз. Белое (Доброплесы) – оз. Бредно – оз. Демя – оз. Изубрица – оз. Белое (Лиснянское л-во)	10	Пешком
3	оз. Белое (Юховское) – оз. Мал Тучек – оз. Тутчо – оз. Плотичное – оз. Мал. Моховое – оз. Среднее Моховое – пос. Юховичи. пос. Юховичи – г. Минск	10 296	Пешком Автобус

Примечание – итого активными способами передвижения – 29 км.

Оценку разработанного проекта маршрута и определение экскурсионных объектов маршрута мы провели в рамках учебных походов со студентами учреждения образования «Белорусский государственный университет физической культуры» в 2008, 2010 годах. В результате оценки были уточнены параметры маршрута, определены участки и объекты экскурсионного показа, а также места расположения биваков.

Пункты проведения экскурсионной работы на маршруте и характер экскурсионных объектов представлены в таблице 2.

Таблица 2 – Пункты проведения экологических экскурсий и содержание экскурсий на маршруте экологического похода по территории ландшафтного заказника «Красный Бор»

Пункт (участок) проведения экскурсии	Протяженность экскурсионного участка (км)	Время движения и экскурсии (мин)	Содержание экскурсионных мероприятий и объекты наблюдения
Заболоченный участок, граничащий с южным берегом оз. Белое (Доброплесы)	2	60	Знакомство с растительным сообществом верхового болота. Демонстрация сосново-сфагновых и сосново-багульниковых сообществ болотного природного комплекса. Знакомство с оз. Белым (Доброплесы), характеризующимся слабой минерализацией воды, высокой прозрачностью

Пункт (участок) проведения экскурсии	Протяженность экскурсионного участка (км)	Время движения и экскурсии (мин)	Содержание экскурсионных мероприятий и объекты наблюдения
Участок камовых полей покрытых сосновым суходольным лесом на территории между оз. Изубрица и оз. Белое (Юховское)	3	60	Знакомство с фрагментом грядово-холмистого с сосновыми мшистыми лесами ландшафта. Демонстрация сильно расчлененного участка – камовых полей, образовавшегося в зоне накопления песчаных и песчано-галечных отложений текучих вод валдайского ледника. Знакомство с монодоминантным сосновым фитоценозом (бором)
Лесной заболоченный массив у восточного берега оз. Тутче	1	40	Знакомство с природным комплексом, прилегающим к береговой линии оз. Тутче. Демонстрация фитоценоза низинных болот, где растительность представлена крупноосоковыми лесными сообществами

Проведенные полевые наблюдения и данные литературы [2, 3, 4] позволили определить наиболее ценные рекреационные участки и пункты маршрута. Участок движения «оз. Изубрица – оз. Белое» – наиболее интересный и живописный на маршруте. Группа проходит по лесным дорогам, вдоль возвышенного берега оз. Изубрица (абсолютные высоты до 150 м). На участке есть обзорные точки с высококачественными многоплановыми пейзажами (виды на озеро). При движении от оз. Изубрица в северном направлении (по просеке) к месту стоянки на оз. Белое группа проходит участок уникальных камовых полей покрытых сосновым лесом.

Ночлег на побережье озера Белое (Юховское) должен подарить туристам незабываемые впечатления о природе Белорусского Поозерья. Котловина озера термокарстового типа, округлой формы. Ночлег организован на возвышенном берегу озера среди соснового светлого бора, где находятся несколько платных оборудованных стоянок с кострищами, песчаными пляжами. Вода озера исключительно прозрачна. Стоянка обеспечивает возможность для рекреационных занятий туристов (сбор грибов, ягод, оздоровительные прогулки).

Разработанный маршрут является основной услугой специализированного туристского продукта. Продукт рассчитан на широкий контингент потребителя, заинтересованного в экологических знаниях, интересующихся природой Беларуси и проявляющих заботу об ее сохранении. С точки зрения возраста можно ожидать, что в походе в основном будут участвовать туристы в возрасте 15 – 55 лет. С большой вероятностью в нем будет заинтересована учащаяся молодежь (в рамках учебного процесса и в силу любознательности), городские жители (в том числе семьи с детьми), специалисты в области естественных наук (в том числе иностранцы).

Услуга рассчитана на людей, заинтересованных в проживании в палаточных лагерях и приготовлении пищи на костре (для максимального «погружения» в природную среду). С точки зрения вида отдыха потенциальные участники похода отдадут предпочтение активному отдыху с физическими нагрузками, ограниченными рамками физической рекреации.

В итоге проведенных исследований разработан проект маршрута пешего экологического похода ландшафтно-географической тематики по территории республиканского заказника «Красный Бор». Оценка маршрута на местности позволила уточнить его параметры, определить основные экскурсионно-познавательные и рекреационные объекты. В итоге предложен маршрут экологического похода многоразового использования. Познавательная программа похода направлена на знакомство с элементами ландшафтов краевой зоны Поозерского ледника: камовыми грядами, растительными сообществами сосновых суходольных и болотных лесов.

1. Государственная программа развития туризма в Республике Беларусь на 2011–2015 годы [Электронный ресурс]. – 2011. – Режим доступа: <http://tio.by/pro/documents/4383>. – Дата доступа 06.03.2012.

2. Ландшафтный заказник «Красный Бор» [Электронный ресурс]. – 2011. – Режим доступа: http://vitebskbiker.info/guide/protected_areas/red_forest. – Дата доступа 10.03.2012.

3. Отчет ботанической экспедиции по территории ландшафтного заказника «Красный Бор» в рамках проекта развития экологического туризма [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.ecotourism.by/document/expedition.doc>. – Дата доступа 10.03.2012.

4. Шимко, И.И. Редкие и охраняемые виды растений ландшафтного заказника «Красный Бор» / И.И. Шимко // Беловежская Пуща XXI век. [Электронный ресурс]. – 2009. – Режим доступа: <http://bp21.org.by/ru/books/celeb094.html> – Дата доступа 11.03.2012.

ШОУ-МЕНЕДЖМЕНТ: ОЗДОРОВИТЕЛЬНЫЕ ВОЗДЕЙСТВИЯ НА КУРОРТЕ С ИСПОЛЬЗОВАНИЕМ ВОДНЫХ ВИДОВ РЕКРЕАЦИИ

К.Г. Томилин, канд. пед. наук, доцент, В.В. Мазур,

Сочинский государственный университет,
Российская Федерация

Шоу-менеджмент (англ. *show* – показ, представление и *manage* – управлять, руководить) – особая наука о создании и управлении зрелищными мероприятиями.

Чтобы сделать качественное эмоциональное и запоминающееся шоу на курорте (соревнования, праздник «Нептуна», театрализованные шествия и др.) специалисты выделяют пять основных ингредиентов, из которых это шоу состоит:

- содержание – идея, смысл;
- стилистика – художественная направленность;
- визуал – дизайн пространства, свет, декорации, видео, спецэффекты;
- звук – музыка, аудио-эффекты;
- драматургия – сценарий, ход события.

Разработана прогностическая модель лечебно-оздоровительных и рекреационных мероприятий для черноморского региона: – «Игровое лечение», предусматривающее применение интегрального и комплексного подхода к оздоровлению отдыхающих в условиях курорта, с использованием воздействий, создаваемых за счет естественных природных факторов искусственными техническими устройствами или специально организованной деятельностью в групповом взаимодействии людей, где повышенное внимание уделялось водным видам рекреации [6–9].

Анализ литературы, опрос специалистов, педагогические наблюдения, проведенные на пляжах города в 1995–2009 гг., показали, что на курорте «Большие Сочи» используется, в основном, 20–22 водных вида отдыха. В рамках исследования, проведенном на 264 отдыхающих т/к «Дагомыс», санатория «Ставрополье», пансионата «Зеленая Роща», с применением экспресс-методики анализа состояния здоровья (по Накатани), выяснено, что практически все 22 водных вида отдыха способствуют общему оздоровлению человека – увеличивается суммарная проводимость биологически активных точек (БАТ) по меридианам ($p < 0,05 \div 0,001$) (таблица).

Таблица – Изменение суммарной проводимости биологически активных точек тела человека в процессе использования водных видов рекреации

Наименование ВВР	Проводимость БАТ ср. – «До» ($\bar{x} \pm \sigma$)	Проводимость БАТ ср. – «После» ($\bar{x} \pm \sigma$)
Хожение на швертботе	15,40±8,30	32,90±13,30
Хожение на парусной доске	11,20±3,20	30,00±5,60
Отдых на плоту	6,40±2,10	21,60±3,30
Катание на гидровелосипеде	7,90±2,50	21,20±6,00
Гребля на байдарке	10,90±4,40	20,90±7,10
Гребля на шлюпке	11,40±6,00	19,80±5,20
Катание на водных лыжах	8,20±2,70	18,70±3,60
Катание на водных санях	7,10±2,20	18,50±4,50
Катание на «банане»	8,20±2,20	18,40±4,30
Катание на водном мотоцикле	9,30±3,00	17,60±4,70
Прогулка на крейсерской яхте	8,90±2,70	15,50±4,10
Погружение с аквалангом	9,60±3,70	15,10±5,00
Прогулка на катере	7,50±3,50	12,50±4,60
Плавание	5,80±2,40	10,70±2,70
Нырание с задержкой дыхания	4,00±1,40	10,10±2,10
Прыжки в воду	4,30±1,30	8,90±1,50
Плавание в ластах	5,20±2,00	8,70±2,20
Отдых в полосе прибоя	5,30±1,70	7,70±3,00
Плавание на матрасе	4,70±1,60	7,70±3,20
Окувание	5,20±1,40	7,30±2,70
Парашютная буксировка	6,50±3,00	6,10±7,80
Игры на воде	6,10±1,50	4,40±3,10

Технические виды отдыха явно имеют преимущество перед традиционными для курорта различными видами плавания. И, в первую очередь, это относится к яхтингу (хождению на швертботе-одиночке и парусной доске). Перспективно использование отдыха на плоту, катания на гидровелосипеде, гребли на байдарке и шлюпке и т. д. Особую строчку в таблице занимают скоростные виды отдыха на воде. Катание на водных лыжах, санях, «банане», водном мотоцикле, как показывают исследования, обладает высокой рекреационной эффективностью.

Но в то же время каждый из обследуемых видов рекреации по-своему воздействует на активность по некоторым меридианам, следовательно, и по некоторым отдельно взятым системам и органам человека (рисунок) [1–9].

ВОДНЫЕ ВИДЫ РЕКРЕАЦИИ	МЕРИДИАНЫ, ОТВЕЧАЮЩИЕ ЗА РАБОТУ СИСТЕМ И ОРГАНОВ ОРГАНИЗМА											
	Легкие (P)	«Перикард» (MC)	Сердце (C)	Тонкий кишечник (IG)	«Тройной обогреватель» (TR)	Толстый кишечник (GI)	Селезенка и поджелудочная железа (RP)	Печень (F)	Почки (R)	Мочевой пузырь (V)	Желчный пузырь (VB)	Желудок (E)
Хождение на швертботе	▲	▲	▲	▲	▲	▲	▲	▲	▲	▲	▲	▲
Хождение на парусной доске	▲	▲	▲	▲	▲	▲	▲	▲	▲	▲	▲	▲
Отдых на плоту	▲	▲	▲	▲	▲	▲	▲	▲	▲	▲	▲	▲
Катание на гидровелосипеде	▲	▲	▲	▲	▲	▲	▲	▲	▲	▲	▲	▲
Гребля на байдарке	▲	▲	▽	▲	▲	▲	▲	▲	▲	▲	▲	▲
Гребля на шлюпке	▲	▲	▲	▲	▲	▲	▲	▲	▲	▲	▲	▲
Катание на водных лыжах	▲	▲	▲	▲	▲	▲	▲	▲	▲	▲	▲	▲
Катание на водных санях	▲	▲	▲	▲	▲	▲	▲	▲	▲	▲	▲	▲
Катание на «банане»	▲	▲	▲	▲	▲	▲	▲	▲	▲	▲	▲	▲
Катание на водном мотоцикле	▲	▲	▲	▲	▲	▲	▲	▲	▽	▲	▲	▲
Прогулка на крейсерской яхте	▲	▲	▲	▲	▲	▲	▲	▲	▲	▲	▲	▲
Погружение с аквалангом	▲	▲	▲	▲	▲	▲	▽	▲	▲	▲	▲	▲
Прогулка на катере	▲	▲	▲	▲	▲	▲	▽	▲	▲	▽	▲	▲
Плавание	▲	▲	▲	▽	▲	▲	▲	▲	▲	▲	▲	▲
Нырание с задержкой дыхания	▲	▲	▲	▲	▲	▲	▲	▲	▲	▲	▲	▲
Прыжки в воду	▲	▲	▲	▲	▲	▲	▲	▲	▲	▲	▲	▲
Плавание в ластах	▲	▲	▲	▲	▲	▲	▲	▽	▲	▲	▲	▲
Отдых в полосе прибоя	▲	▲	▲	▲	▲	▽	▲	▲	▽	▲	▲	▲
Плавание на матрасе	▲	▲	▲	▽	▲	▲	▲	▲	▲	▲	▲	▽
Окунание	▲	▲	▲	▽	▽	▽	▲	▲	▽	▽	▲	▲
Парашютная буксировка	▽	▽	▽	▲	▽	▽	▲	▽	▲	▲	▽	▽
Игры на воде	▽	▲	▽	▽	▲	▽	▽	▽	▽	▽	▲	▲

Условные обозначения: ▲ — увеличивает проводимость в меридиане
▽ — снижает проводимость в меридиане

Рисунок – Модель оздоровительных воздействий на курорте с использованием водных видов рекреации

Проведенные нами исследования обуславливают принципиально новый подход к организации шоу-программ в условиях пляжей на курорте, который (помимо пяти основных ингредиентов, из которых шоу состоит) для обеспечения максимального оздоровительного эффекта отдыхающим будет предусматривать широкое использование максимально разнообразных видов водной рекреации – как пассивной (отдых и созерцание шоу-программы на берегу в полосе прибоя, на плоту, на надувных матрацах), активной (гребля, парусные яхты и парусные доски, скоростные перемещения на воде за катером или на аквабайке), а также экстремальных видов (полеты на парашюте за катером).

1. Томилин, К.Г. Водные виды рекреации – как средство оздоровления в условиях курорта / К.Г. Томилин, В.В. Мазур // Профилактика заболеваний и укрепление здоровья. – 2004. – № 5. – С. 136–145.

2. Томилин, К.Г. Водные виды рекреации – эффективное средство оздоровления людей на курорте / К.Г. Томилин, В.В. Мазур // Адаптивная физическая культура. – 2003. – № 4. – С. 22–26.

3. Томилин, К.Г. Водные виды рекреации: учеб. пособие для студентов ин-та физ. культуры Соч. гос. ун-та туризма и курорт. дела / К.Г. Томилин, В.В. Мазур. – Сочи: СГУТиКД, 2004. – 149 с.

4. Томилин, К.Г. Оздоровительные технологии с использованием водных видов рекреации / К.Г. Томилин, В.В. Мазур // Проблемы и перспективы восстановительной медицины и санаторно-курортного лечения в здравницах России: материалы XII Всеросс. Науч.-практ. Конф., г. Сочи, 27–28 октября 2011 г. – Сочи: Сочи-Экспо ТПП, 2011. – С. 151–153.

5. Томилин, К.Г. Повышение эффективности водных видов рекреации: монография / К.Г. Томилин, В.В. Мазур, Г.А. Буяк. – Уфа – Сочи: Восточный университет, 2004. – 172 с.

6. Томилин, К.Г. Проект «Игровое лечение»: оздоровительные технологии с использованием водных видов рекреации / К.Г. Томилин // Инновационные преобразования в сфере физической культуры, спорта и туризма: Научные труды 13-й Междунар. науч.-практ. конф., пос. Новомихайловский, 27 сентября – 4 октября 2010 года. – Ростов н/Д.: РнДИФК, 2010. – Т. 2. – С. 87–90.

7. Томилин, К.Г. Управление оздоровительной деятельностью в условиях курорта: монография / К.Г. Томилин, Г.А. Буюк, Ю.П. Балакин. – Нижний Новгород: ООО «Пламя», 2010. – 216 с.
8. Томилин, К.Г. Управление рекреационной деятельностью на водных курортах: монография / К.Г. Томилин. – 2-е изд. перераб. и доп. – Сочи: РИО СГУТиКД, 2009. – 184 с.
9. Томилин, К.Г. Эффективность водных видов рекреации в структуре «Игрового лечения» на курорте Сочи / К.Г. Томилин // Адаптивная физическая культура, спорт и здоровье: интеграция науки и практики: сборник материалов Междунар. науч.-практ. конф., – Уфа: РИЦ БашИФК, 2010. Часть 2. – С. 232–240.

СТРАТЕГИЧЕСКИЙ МЕНЕДЖМЕНТ: МОДЕЛЬ ЛЕЧЕБНО-ОЗДОРОВИТЕЛЬНЫХ ТЕХНОЛОГИЙ ДЛЯ КУРОРТА СОЧИ

К.Г. Томилин, канд. пед. наук, доцент,
Сочинский государственный университет,
Российская Федерация

Стратегический менеджмент – это комплекс решений и действий по формулировке и внедрению стратегии, призванной обеспечить организации наилучшее конкурентное положение во внешней среде и достижение поставленных стратегических целей.

В связи с проведением в Сочи зимних Олимпийских игр и преобразования этого города в курорт международного значения, стратегической целью все зримее выступает необходимость поиска нового качества и лидерства (среди популярных курортов мира) по тем или иным ключевым конкурентным параметрам.

Глубокие социально экономические изменения в России конца XX века привели к ухудшению благосостояния определенной части населения, увеличению заболеваемости, а также разрушению отлаженной десятилетиями национальной системы санаторно-курортного лечения. Отдых на черноморских курортах начал носить ярко выраженный сезонный характер: – по данным исследования «Море-пляж», проведенного в санатории «Ставрополье» совместно с НИИ социальной гигиены, экономики и управления здравоохранением им. Н.А. Семашко РАМН, 74,2 % людей, приезжающих к морю в августе–сентябре, отказываются от любых форм медицинской диагностики и лечения.

С одной стороны растет заболеваемость нации, с другой – уменьшается количество людей, обращающихся за лечением в санатории Краснодарского края; и компенсировать этот негативный процесс в какой-то мере должны работники физической культуры, спорта, рекреации, туризма. Появилась необходимость поиска инновационных решений позволяющих проводить оздоровление и лечение людей с минимальным отвлечением от их летнего отдыха.

Наши исследования показали, что под влиянием положительных эмоций и хорошего настроения («арт-терапия» и «смехотерапия») происходит достоверное ($p < 0,05 \div 0,001$) увеличение проводимости БАТ (рисунок) по отдельным меридианам тела человека ($n=60$), а также снижается разбалансировка по правой и левой частям меридианов ($p < 0,1 \div 0,01$).

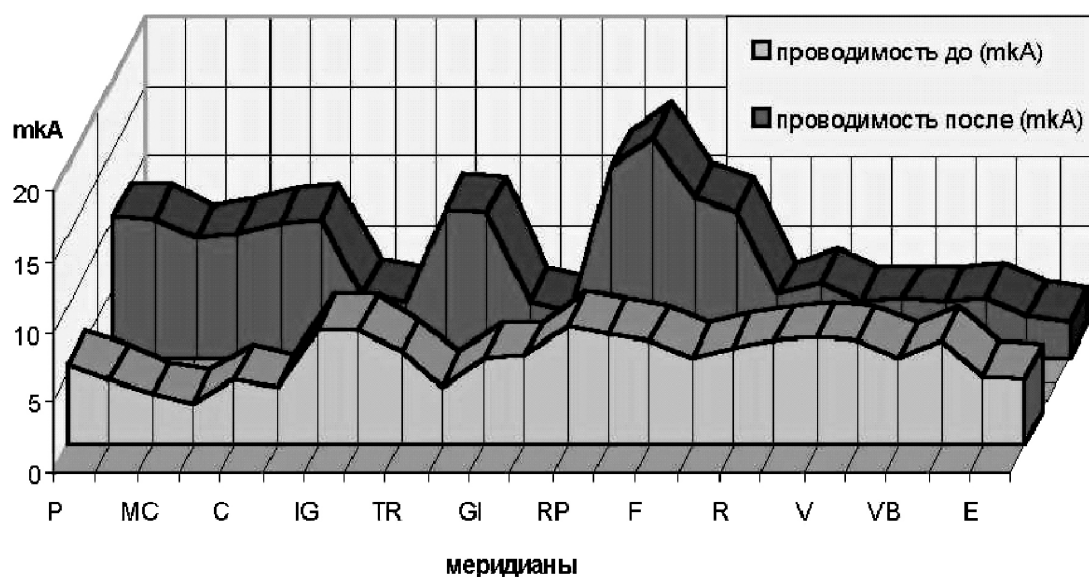


Рисунок – Изменения проводимости БАТ под влиянием положительных эмоций ($n=60$)

Разработана прогностическая модель лечебно-оздоровительных и рекреационных мероприятий для черноморского региона: «Игровое лечение» [1–8], предусматривающее применение интегрального и комплексного подхода к оздоровлению отдыхающих в условиях курорта, с использованием воздействий вещественного, энергетического и информационного характера, создаваемых за счет естественных природных факторов искусственными техническими устройствами или специально организованной деятельностью в групповом взаимодействии людей (таблица). Данное направление относится к «интегративной медицине», совмещающей официальную и традиционную, народную медицину.

В основу «Игрового лечения» положено несколько принципов:

1. Максимум эффективности при минимуме помех отдыху клиентов.
2. Разносторонность воздействий и доскональная проработка каждого без исключения «этажа нашего здоровья» (по Ю.А. Андрееву).
3. Предупредительный характер воздействий и формирование «установок» (смысловых, целевых, операциональных) на «здоровый образ жизни», оптимистичность, радость бытия.

При диагностике приоритет отдается «интегральным» критериям состояния организма пациента, с применением принципа «получения максимума информации при минимуме регистрируемых показателей».

На Международном конгрессе «Народная медицина России – прошлое, настоящее, будущее», структура «Игрового лечения» представлялась в виде семи разрабатываемых самостоятельных программ:

1. Система формирования «установок» на «здоровый образ жизни».
2. Алгоритм ускоренной адаптации организма отдыхающего к смене суточных и климатических поясов.
3. Алгоритм необременительного этапного и текущего обследований.
4. Система, направленная на похудение и внутреннюю очистку организма рекреанта.
5. Повышение функциональных резервов организма.
6. Подбор мощных лечебных воздействий (в игровой форме).
7. Подбор программы развлечений.

Таблица – Структура «Игрового лечения» – модели лечебно-оздоровительных и рекреационных мероприятий для черноморского региона

	ЧЕЛОВЕК ПОЛУЧАЕТ ИЗ ОКРУЖАЮЩЕЙ СРЕДЫ, УПОТРЕБЛЯЕТ, ИСПОЛЬЗУЕТ (ИЛИ НА НЕГО ВОЗДЕЙСТВУЕТ)		
	Из неживой природы	Из живой природы	От общества
Вещество	Химические вещества (соли, микроэлементы), воду (морскую, минеральную, талую), воздух (морской, горный, соляных пещер – галотерапия)	Пищу естественную (морепродукты, фрукты, овощи), соки, лечебные настои, отвары (фитотерапия), ароматизированные масла (ароматерапия)	Пищу обработанную, красиво поданную к столу (с пищевыми добавками , лечебными препаратами), напитки, вина, духи, благовония, искусственная аэрация
Энергию	Механические, звуковые, тепловые, световые, электрические, магнитные и другие воздействия с лечебными и оздоровительными целями (массаж – механотерапия от действия волн, хромотерапия , магнитотерапия)	Двигательную активность, механические, тактильные и другие воздействия при общении с животным и растительным миром (анимотерапия – дельфинотерапия, дендротерапия)	Двигательную активность, положительные эмоции при общении с людьми на пляже, конкурсах, тематических вечерах, дискотеке (арт-терапия , танцевальная терапия)
	Использование пирамидальных, кристаллических и других структур, природных образований с оздоровительными целями (гемматерапия , пирамидотерапия)	Использование объектов живой природы (анимотерапия – дельфинотерапия, дендротерапия)	Использование специалистов восточных технологий оздоровления, народной медицины, психологов (йога , цигун , групповые воздействия, гипнотерапия)
Информацию	Экскурсии на туристские объекты: острова, пещеры, водопады, горные вершины (ландшафтотерапия)	Путешествия, экскурсии на природе с оздоровительной целью: дендрарии, лесопарки, питомники (анимотерапия , дендротерапия)	Развлечения, информация, обучение, формирование убеждений (игровая терапия , библиотерапия), творчество

Рассматривался «Блок открытых воздействий» (катание на горных лыжах, купание в морской воде, танцы на дискотеке, «смехотерапия»); «Блок закрытых воздействий» (лечебное питание, лечебные добавки в соки и прохладительные напитки, магнитотерапия); оздоровление естественными природными факторами (пребывание в среднегорье, дендротерапия, анимотерапия).

1. Томилин, К.Г. Игровое лечение / К.Г. Томилин // Народная медицина России – прошлое, настоящее, будущее: тез. Докл. Международного конгресса, г. Москва, 25–28 авг. 1993 г. – М. ВНИЦТНМ «ЭНИОМ», 1993. – С. 44–45.

2. Томилин, К.Г. «Игровое лечение»: разработка и обоснование системы лечебно-оздоровительных и рекреационных мероприятий для черноморского курорта / К.Г. Томилин // Проблемы и перспективы воспитания здорового человека: сб. ст. и тез. II Международной научно-практической конференции, г. Тирасполь, 5–6 ноября 2010 г. – Бендеры: Полиграфист, 2010. – Ч. 2. – С. 233–244.

3. Томилин, К.Г. К вопросу разработки и обоснования «Игрового лечения» / К.Г. Томилин // Адаптивная физическая культура, спорт и здоровье: интеграция науки и практики: сб. материалов Междунар. научн.-практ. конф., – Уфа: РИЦ БашИФК, 2010. – Ч. 2. – С. 241–249.

4. Томилин, К.Г. Отдохнем и поиграем; поиграем – отдохнем (разработка и обоснование «Игрового лечения» – модели лечебно-оздоровительных и рекреационных мероприятий для Черноморского региона) / К.Г. Томилин // Адаптивная физическая культура. – 2003. – № 2. – С. 30–31.

5. Томилин, К.Г. Проект «Игровое лечение»: оздоровительные технологии с использованием водных видов рекреации / К.Г. Томилин // Инновационные преобразования в сфере физической культуры, спорта и туризма: Научные труды 13-й Междунар. научн.-практ. конф, пос. Новомихайловский, 27 сентября – 4 октября 2010 года. – Ростов-н-Д.: РнДИФК, 2010. – Т. 2. – С. 87–90.

6. Томилин, К.Г. Разработка и обоснование «Игрового лечения» – модели лечебно-оздоровительных и рекреационных мероприятий для Черноморского региона) / К.Г. Томилин // Физическая культура: воспитание, образование, тренировка. – 2003. – № 3. – С. 16–18.

7. Томилин, К.Г. Управление оздоровительной деятельностью в условиях курорта: монография / К.Г. Томилин, Г.А. Буюк, Ю.П. Балакин. – Нижний Новгород: ООО «Пламя», 2010. – 216 с.

8. Томилин, К.Г. Управление рекреационной деятельностью на водных курортах: монография. / К.Г. Томилин. 2-е изд. перер. и доп. – Сочи: РИО СГУТиКД, 2009. – 184 с.

СКАНДИНАВСКАЯ ХОДЬБА КАК ОЗДОРОВИТЕЛЬНАЯ УСЛУГА ФИЗИЧЕСКОЙ РЕКРЕАЦИИ В САНАТОРИИ «БЕЛОРУСОЧКА»

А.А. Черникович, А.Г. Фурманов, д-р пед. наук, профессор,

Институт туризма Белорусского государственного университета физической культуры,
Республика Беларусь

Одним из видов оздоровительной услуги в санатории «Белорусочка» является скандинавская ходьба, ранее получившая признание в странах Европы. В некоторых странах, например Австрии, Германии и Голландии она превратилась во всенародный вид спорта. В этих странах издаются специальные журналы, посвященные технике, всей необходимой экипировке и инструкторам. Создана Международная Ассоциация Скандинавской ходьбы (INWA) со штаб-квартирой в финском городе Вантаа. Сейчас в эту организацию входят 16 стран, а инструкторы проводят тренинги еще в 40 странах.

Скандинавская ходьба (иногда ее называют «нордическая ходьба») – это вид ходьбы с использованием специальных палок, похожих на лыжные.

В настоящее время в мире насчитывается порядка 9 миллионов человек, регулярно занимающихся скандинавской ходьбой. Ее оздоровительный эффект заключается в том, что при ходьбе в работу одновременно включается около 90 % мышц тела и затрачивается на 40 % больше калорий по сравнению с обычной ходьбой [1, 2].

Приступая к освоению скандинавской ходьбы, необходимо освоить несколько технических приемов (рисунок), чтобы палки не мешались и не превращались в чисто номинальный аксессуар. Базовую технику освоить несложно: берут палки в руки и начинают идти, как обычно, только несколько сильнее размахивая руками в одной плоскости и направляя взгляд вперед. Постепенно начинают отталкиваться от земли палками, ставя их примерно под углом в 45 градусов к земле. Если ощущается нагрузка на руки и плечи, то базовая техника освоена.

Основные правила, необходимые для эффективной ходьбы:

- нога при ходьбе ставится на пятку, затем перекал – на носок;
- одновременно попарно двигаются вперед правая нога – левая рука, затем левая нога – правая рука;
- темп движения размеренный;
- ритм дыхания соизмерен с шагами: на раз-два – вдох, на три-четыре – выдох;
- для снятия статического напряжения можно разнообразить ходьбу включением следующих элементов: изменение ширины шага, чередование ходьбы с бегом и легкими прыжками, вращение корпуса, ходьба с поднятыми руками вверх;
- начинают занятия с продолжительности 20 – 25 минут, а затем добавляют по 5 – 10 минут на каждое занятие;
- для поддержания формы достаточно трех тренировок в неделю по 30 – 40 минут.

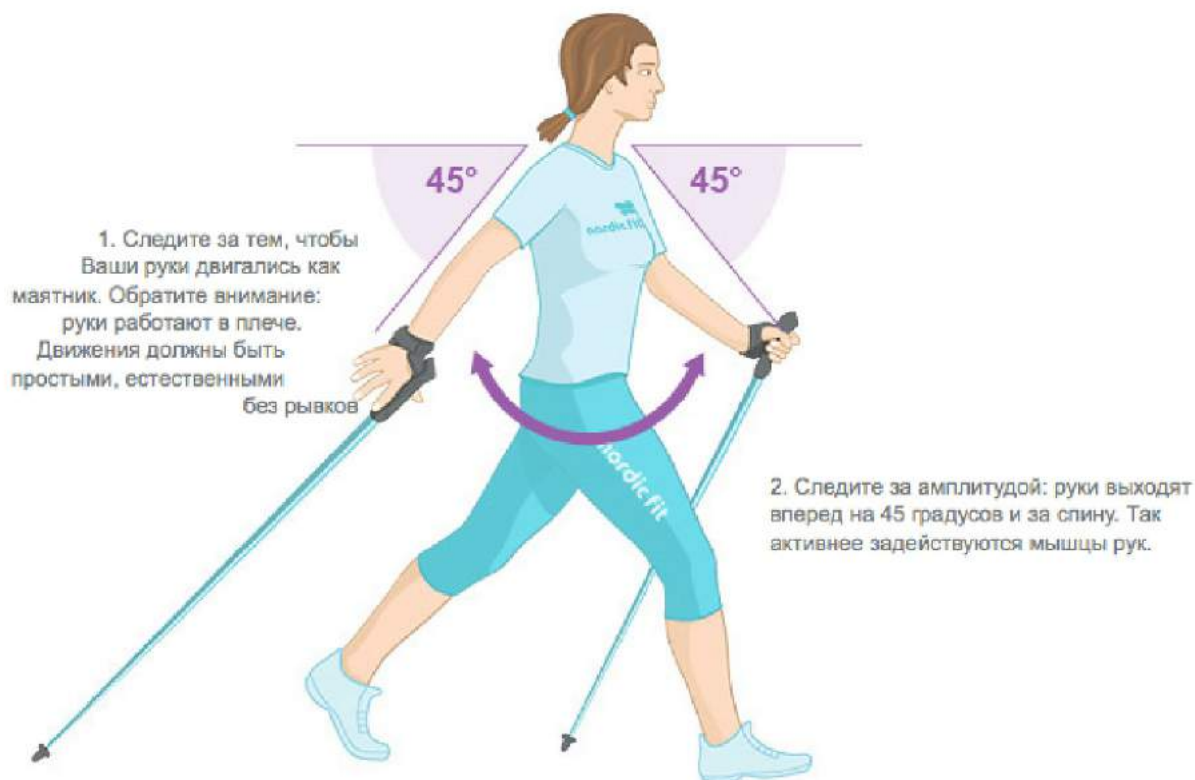


Рисунок – Рекомендации занимающимся скандинавской ходьбой

Интенсивность тренировки зависит от частоты сердечных сокращений (ЧСС).

Максимальная частота сердечных сокращений (МЧСС): женщины – 226 минус возраст в годах, мужчины – 220 минус возраст в годах.

Режим работы: 50 – 60 % от МЧСС (оздоровительная зона), на первых этапах тренировки, 60 – 70 % от МЧСС (зона сжигания жира), 70 – 80 % от МЧСС (зона фитнеса) для физически и технически подготовленных пациентов санатория.

Во время ходьбы пульс не должен превышать 120 – 140 ударов в минуту.

Положительными сторонами скандинавской ходьбы являются:

- расход энергии увеличивается до 46 %, что равносильно 400 ккал/час;
- увеличивается скорость ходьбы и снижается общая усталость;
- снимается излишняя нагрузка с колен и суставов;
- активизируется работа сердца;
- развиваются мышцы всего тела;
- увеличивается латеральная подвижность шеи и позвоночника;
- повышается фактор безопасности на скользких поверхностях;
- профилактика и лечение расширения вен на ногах [2].

Помимо того укрепляется опорно-двигательный и вестибулярный аппарат, что делает скандинавскую ходьбу действенным средством против остеопороза. По мнению шведских врачей, ходьба с палками полезнее бега, так как палки снижают нагрузку на суставы, что важно при проблемных коленях. Есть данные, что у любителей скандинавской ходьбы укрепляется иммунитет, меняется биохимический состав крови, что снижает риск развития онкологических заболеваний, нормализуется вязкость крови, то есть сердцу работает легче, уменьшается опасность тромбообразования и инфаркта. Активизируется метаболизм, ускоряется жировой обмен, а уровень эндорфинов в крови повышается в 5 раз – вот почему ходьба с палками рекомендуется при лечении бессонницы, неврозов и депрессий [2].

1. Скандинавская ходьба. <http://www.klbviktoria.com/>

2. Лопуга, В.Ф. Как освоить нордическую ходьбу/ В.Ф. Лопуга. – М.: Свободный курс, 2012. – С. 4.

ГОРОДСКАЯ ЭКСКУРСИЯ: ПОИСК НОВЫХ ИДЕЙ

О.В. Щура,

Институт туризма Белорусского государственного университета физической культуры,
Республика Беларусь

Городская экскурсия – это уникальная культурная практика не только изучения городского пространства, но и осмысления исторической памяти города. Богатейший исторический материал и архитектурные памятники, ансамбли, которые говорят сами за себя, визуальность которых неповторима и самодостаточна, – благодатные условия для создания экскурсионных шедевров, изумляющих туристов. Однако далеко не каждый город обладает должным потенциалом для качественной экскурсии, в котором гармонично сочетаются визуальная выразительность и богатая событиями история.

В историческом аспекте многие белорусские города имеют потенциал для захватывающе интересного рассказа об истории города, но не обладают такими же возможностями для показа. В силу различных исторических, культурных, политических причин разрушалась и утрачивалась та среда города, которая несет в себе отпечаток прошлого, атмосферу давности, легенд и мифов старины.

Современный технократический подход к организации города ведет к унификации городского пространства, стирает его индивидуальность. Современные строительные технологии создают фактуру гладких поверхностей и имитационных эффектов. Сайдинг, массивы тонированного зеркального стекла, полированный металл и керамогранит, серийный хай-тек делают город удобным и комфортным для жизнедеятельности: работы, передвижения, отдыха, – но одновременно нивелируют городское пространство. Тщательно заполняются и выравниваются выбоины, бреши и трещины, выводятся углы, сглаживаются щербинки, спрямляется кривизна городского пространства – все те места, за которые цепляется взгляд, в которых скапливается налет прошлого. Шероховатая давняя текстура городской среды стирается евроремонтом, что, к сожалению, создает общую визуальную стертость многих провинциальных городов. Наследие и память города как «сфера смысла..., неосозаемое тело города» разрушается от воздействия человека больше, чем от времени [1].

Ностальгия от безвозвратно ушедшего и потерянного возникает при взгляде на современную реконструкцию улицы Интернациональная. Одна из старых улиц Минска возникла в начале XVI века под названием Сборовой, в конце XIX столетия она получила другое название – Преображенская, и стала активно застраиваться, а с 1919 г. именуется Интернациональной.

В основном она представляет собой интересный архитектурный и исторический комплекс каменных 2–3-этажных зданий, построенных в конце XIX – начале XX столетия. Они размещены довольно тесно и представляют гармоничную архитектурную композицию с определенным ритмом застройки старой улицы, характерными пропорциями, симметричными башенками и балконами, лепным декором на фасадах, с внутренними дворами и арками.

На сегодняшний день улица претерпевает значительную реконструкцию зданий, в частности, дома № 11. В начале прошлого века оно представляло собой красивое здание с большими ризалитами, украшенное богатым лепным декором и за почти столетнюю историю претерпело множество изменений. Проектом предусмотрено вернуть зданию первоначальную функцию – небольшая гостиница, – первоначанный облик, в том числе восстановить лепку и старое название «Гарни» – гостиницы, существовавшей в прошлом в Минске, правда, по другому адресу. В ходе реконструкции от здания остался только остов с внешними пропорциями, в который «вдохнули» новую жизнь с помощью современных строительных технологий. В результате: новые облегченные смеси для декора фасада, иной излом крыши из-за достроенной мансарды, кровля лишь имитирующая старую металлическую тщательно скрыли все зримые подлинные следы веков [2]. Внешние ремонтные работы в основном завершены, и, проходя по улице Интернациональной, можно увидеть новенькое здание симпатичной гостиницы, новодел в «кукольно-макетном» оформлении, по выражению доктора архитектуры А.С. Сардарова [3]. Эстетическая ценность старой архитектуры старательно ликвидирована с учетом современных требований к эксплуатации.

Визуальные образы оказывают значительное воздействие на экскурсантов, особенно на молодые поколения, которые наиболее остро подвержены внешнему влиянию, связанному с глубоким проникновением мультимедиа в современную жизнь. Специалисты все чаще говорят о необходимости консервации памятников архитектуры, а не реконструкции, в естественном эстетическом состоянии как ценной части наследия, в том числе и с целью нравственного воспитания молодежи, формирования уважительного отношения к связи времен и поколений [3].

Ситуация, когда «нечего показывать», но можно много, увлекательно, при умении захватывающе интересно рассказывать, достаточно типична для многих городов. И для того чтобы экскурсия раскрыла свой креативный потенциал, нужна новая технология экскурсионного дела и новые альтернативные решения и подходы.

Эффектный показ экскурсионных объектов – это неперемное условие качественной экскурсии и процесс, требующий определенных условий.

В условиях ограниченности объективной возможности показа особое значение приобретают правильно выбранные время и точки показа, гармоничное сочетание в показе больших и малых пространств. Особую ценность представляют удачно выбранные крупные планы, видовые точки, в которых наилучшим образом раскрываются характерная объемность пространства, общегородской силуэт, планировочный рисунок, конфигурация и перспективы улиц, панорамы, характер городской среды, линии и формы ландшафтов. Правильно выбранные время показа и ракурс могут радикально изменить восприятия экскурсионных объектов и впечатления от самой экскурсии.

Классический пример реализации успешного показа – одесская достопримечательность, – удивительный дом-стена, который сейчас экскурсоводы зовут «одесский курьез» и «визитная карточка» и включают практически во все обзорные экскурсии по городу [4]. На деле – самый обыкновенный дом старой застройки в Воронцовском переулке города, каких в Одессе сотни. Как архитектурный объект он не представляет никакой ценности для специалистов и даже не включен в экскурсию «Архитектура Одессы», так как эстетическая ценность типового здания с обшарпанным фасадом, не тронутым современным ремонтом, весьма сомнительна. Дом и в историческом плане не является достопримечательностью, поскольку с ним не связаны сколько-нибудь значимые исторические события, факты, судьбы [4].

Однако каждый день у дома выстраивается целая очередь туристов, желающих увидеть его и удивить фотографиями друзей. При рассмотрении здание выглядит абсолютно плоским, шириной не более 1 метра; тем не менее, дом жилой, что усиливает интригу и интерес туристов.

Эффект достигается за счет того, что улочка очень узкая, экскурсовод подводит экскурсантов так, что нельзя полностью рассмотреть дом и туристы смотрят на него с определенного ракурса. В результате создается впечатление, что у здания есть только фасад. Секрет зрительного обмана прост: задняя стена дома расположена под острым углом и сверху прилегает к фасаду, отчего здание выглядит как треугольник. На этом интрига собственно и заканчивается, поскольку достоверные сведения об истории дома отсутствуют. В качестве рассказа экскурсоводы предлагают две-три версии о происхождении здания, которые больше напоминают байки, по мнению специалистов, распространяемые и интерпретируемые самими туристами, что, собственно, и создает популярность дому как экскурсионному объекту [4].

Таким образом, эффектно преподнесенное в показе типовое здание стало туристической достопримечательностью, не представляя при этом никакой исторической и архитектурной ценности.

Подобные «туристические фишки» создают акцент, усиливают эмоциональную составляющую и придают экскурсиям индивидуальность. Современной тенденцией стало стремление к созданию в городском пространстве неформатных объектов и включение их в экскурсионный показ.

В Беларуси в качестве таких «фишек» можно рассматривать бронзовую скульптуру, которая в силу зрительной выразительности стала популярной у жителей и гостей столицы. Преимущества таких объектов в индивидуальности, запоминаемости и возможности их показа как в крупных планах, как, например, весьма органично вписанные в пейзаж дама на скамейке или девочка с зонтиком в сквере на Ленинградской, так и в детальном рассмотрении, как, например, мышки на улице Клумова или скульптуры возле здания цирка. Данные объекты целесообразно включать в обзорные экскурсии для усиления визуального впечатления, стремясь к смысловому включению в раскрытие темы.

Задача экскурсовода не только правильно показать такого рода объекты, но и органично включить их в экскурсию, не нарушая композиции и последовательности раскрытия темы. Нестандартный подход экскурсовода способен придать экскурсии новое звучание.

Экскурсовод, переживая вместе со слушателями открытия, которые делает с ними и для них, должен быть творческой личностью, обладать чувством места и пространства, умением создать и передать его образ, показать специфику, которая отличает данный город от прочих мест. Обладая воображением, красноречием, художественным вкусом, способностью убеждать, экскурсовод должен умело выстраивать и вести экскурсионный рассказ так, чтобы он звучал как новое прочтение известного произведения.

Творчески интерпретируя на основе тщательно подготовленного материала, экскурсовод создает «художественное произведение, которое представляет собою сложнейший сплав науки, искусства, психологии, режиссуры, артистизма, менеджмента и многого другого» [5]. Импровизируя, экскурсовод не должен увлекаться личными впечатлениями, душевными изысканиями, а ненавязчиво предлагать иной взгляд, акцент, ракурс, тем самым побуждая экскурсанта переживать собственные эмоции, впечатления и ассоциации.

Переосмысление классической методики ведения экскурсий, нестандартный подход к выбору объектов и методических приемов показа, творческая импровизация экскурсовода способны придать экскурсии визуальную и содержательную фактурность, насыщенность впечатлениями, индивидуальность.

1. Абашев, В.В. Неосознанное тело города. Опыт работы со смыслом / Форум «Исследования города» / В.В. Абашев // Электронная версия журнала «Антропологический Форум» [Электронный ресурс]. – 2010. – Режим доступа: http://anthropologie.kunstkamera.ru/files/pdf/012/12_forum.pdf. – Дата доступа: 23.02.2012.

2. Гостиница «Гарни»: ул. Интернациональная, 11 / Т.Л. Пономарева, С.В. Машкович, Е.В. Кускова // Электронная версия журнала «Архитектура и строительство» № 2 (213) [Электронный ресурс]. – 2010. – Режим доступа: <http://ais.by/story/5937>. – Дата доступа: 23.02.2012.

3. Сардаров, А.С. Архитектурное наследие и эстетика / А.С. Сардаров // Электронная версия журнала «Архитектура и строительство» №2 (213) [Электронный ресурс]. – 2006. – Режим доступа: <http://ais.by/story/973>. – Дата доступа: 29.02.2012.

4. Головкина, В. Обыкновенное чудо: дом с одной стеной / В. Головкина // Информационный портал Strana.ru [Электронный ресурс]. – 2010. – Режим доступа: <http://strana.ru/journal/373476>. – Дата доступа: 23.02.2012.

5. Путрик, Ю.С. Экскурсовод – профессия творческая/ Ю.С. Путрик, П.И. Караневский. // Международная Туристская Академия [Электронный ресурс]. – 2008. – Режим доступа: <http://www.intacadem.ru/statji/putrik-yu.s.-karanevskiy-p.i.-ekskursovod-professiya-tvorcheskaya.html>. – Дата доступа: 24.02.2012.

ОСНОВНЫЕ ТЕНДЕНЦИИ РАЗВИТИЯ АГРОЭКОТУРИЗМА В РЕСПУБЛИКЕ БЕЛАРУСЬ

Н. Якуш, Е.А. Снаговский, Т.А. Николайчик,

Белорусский государственный университет физической культуры,
Республика Беларусь

Опыт развития агроэкотуризма в нашей стране показывает, что у нас есть как спрос на агротуристические услуги, так и значительные ресурсы для развития туризма в сельской местности. Уникальная природа, богатое культурное и духовное наследие, которое находит свое отражение в традициях и менталитете белорусского народа, наличие большого количества памятников архитектуры и природы создают хорошие предпосылки для того, чтобы агротуризм стал важной отраслью экономики.

Первые сельские туристические усадьбы в Беларуси начали возникать еще в 2003 году. Начал развитию туризма в сельской местности тогда положила Белорусская общественная организация «Отдых в деревне». К 2005 г. количество усадеб возросло, однако представление данного вида услуг не регулировалось законодательством. Импульсом развития агроэкотуризма послужил Указ Президента РБ от 2 июня 2006 г. №372 «О мерах по развитию агроэкотуризма в Республике Беларусь» [1].

Возможностями для развития агроэкотуризма обладают все регионы республики, однако распределение сельских усадеб по областям неравномерно.

В Минской области в середине 2011 года зарегистрировано 260 агроусадоб. Больше всего их в Минском (61), Мядельском (35) и Воложинском (23) районах, меньше всего в Копыльском, Клецком (по одному), Стародорожском и Крупском (по два). За последние годы количество «домиков в деревне» в столичном регионе увеличилось в несколько раз – если в 2006 году насчитывалось только 7 таких объектов, то уже в 2007 году – 48, в 2008-м – 125, в 2009-м – 214, в 2010-м – 248. В столичном регионе сильнейшим стимулом является пристоличное положение. В целом можно сказать, что здесь расположено до 70 % всех усадеб Минской области [3].

В Брестской области туристические услуги оказывают 165 сельских усадеб. На начало января текущего года их было 124. Больше всего агроусадоб зарегистрировано в Брестском (33), Каменецком (19) и Барановичском (13) районах. Данный регион привлекает агротуристов самыми благоприятными среди областей республики климатическими условиями, а также богатым природным потенциалом – на территории области расположен уникальный реликтовый лес – Национальный парк «Беловежская пуща» [2].

В Витебской области в середине 2011 года зарегистрировано 253 агроусадобы. Больше всего их в Браславском (41), Россонском (24), Миорском (19), Витебском (16) районах. Витебский край отличается уникальностью ландшафта. Живописный холмистый рельеф, многочисленные озера (под водными площадями находится 20 % территории), пригодные для купания и рыбной ловли. Кроме этого, в области располагается национальный парк «Браславские озера» и Березинский биосферный заповедник [3].

Количество агроусадоб в Гродненской области к началу 2011 года выросло до 215. Больше всего агроусадоб зарегистрировано в Гродненском (24), Лидском (19), Свислочском (16) и Сморгонском (11) районах. В данной области сохранилось большое количество памятников истории и культуры, действующий монастырь и семинария (д. Жировичи), расположенный здесь участок выдающегося объекта гидротехнической архитектуры I половины XIX в. – Августовский канал. Два объекта на территории включены ЮНЕСКО в Список всемирного культурного наследия (замковый комплекс «Мир» и дуга меридиана Струве) [4].

В Могилевской области по состоянию на 1 декабря зарегистрировано 220 субъектов агроэкотуризма, что почти в 3 раза больше, чем было на 1 января 2010 года. Лидирует Осиповичский район (33 агроусадобы), после него идет Быховский район (19 агроусадоб). Третье место удерживает Могилевский район – 15 агроусадоб. В области в этом году появились также 5 агротуристических комплексов. Два из них находятся в Кировском районе, и по одному в Горецком, Глусском и Костюковичском районах. Наиболее известный из них и пользующийся популярностью «Дом рыбака» при СПК «Рассвет» им. К.П. Орловского на Чигиринском водохранилище. Однако не все регионы данной области обладают благоприятными условиями для развития туризма в сельской местности. Это объясняется объективными причинами – значительная площадь области имеет неблагоприятную радиоактивную обстановку в связи с аварией на Чернобыльской АЭС.

В Гомельской области в 2010 году зарегистрирована 191 агроусадьба (в 2009 году – 127). Сейчас в регионе насчитывается 211 объектов агроэкотуризма (агроусадьбы и агротуристические комплексы). Наибольшее количество сельских усадеб расположено в Мозырском (21), Речицком (20) и Рогачевском (17) районах. Однако не все регионы данной области обладают благоприятными условиями для развития данного вида туризма. Это объясняется тем, что значительная площадь области имеет неблагоприятную радиоактивную обстановку в связи с аварией на Чернобыльской АЭС. Несмотря на экологический фактор, регион обладает значительным потенциалом для развития этого вида услуг, который в полной мере еще не использован. Через Гомельскую область проходят важнейшие международные транспортные магистрали, хорошо развита речная сеть[3].

В настоящее время в Республике Беларусь имеется широкий спектр агротуристических хозяйств – от самых скромных усадеб с малым количеством оказываемых услуг до благоустроенных, комфортабельных, с большой номенклатурой дополнительных услуг. Есть усадьбы коттеджи, которые готовы удовлетворять самых требовательных туристов. К таким относятся «Буслянка», «Домик в саду», «Бобровая хата», «Милоградская», «Панский сад», «Верас», «Лебединое», «Над Неманом», «Новоселки», «Долина уют», «Постоялый двор», «Прилучки» и др. [5].

Таким образом, среди приоритетных направлений развития агроэкотуризма в нашей стране могут быть предложены следующие:

- повышение комфортности уже действующих и создание новых, благоустроенных сельских усадеб;
- развитие агроэкотуризма в окрестностях заповедных мест;
- дальнейшее создание усадеб на популярных туристических маршрутах;
- развитие сельского туризма вдоль крупных транспортных магистралей.

1. Бельский, В.И. Агротуризм: опыт, проблемы, рекомендации. Государственное научное учреждение «Институт экономики НАН Беларуси», центр аграрной экономики. – Минск: Институт экономики НАН Беларуси, 2008. – 128 с.

2. Число владельцев сельских усадеб в Беларуси возросло [Электронный ресурс]. – 2011. – Режим доступа: www.usadba.by. – Дата доступа: 10.02.2012.

3. Агроусадьбы и развитие агроэкотуризма в Беларуси [Электронный ресурс]. – 2010. – Режим доступа: www.hutor.by. – Дата доступа: 09.02.2012.

4. Данные о количестве усадеб по областям [Электронный ресурс]. – 2011. – Режим доступа: www.greenTravel.by. – Дата доступа: 11.02.2012.

5. Вашкевич, А.А. Проблема научного обеспечения деятельности потребительской кооперации Республики Беларусь: материалы республиканской научно-практической конференции (21 декабря 2010 г., г. Минск) / редкол.: Г.В. Германович (гл. ред.) [и др.]. – Минск, 2010. – 195–199 с.

ИСТОРИКО-КУЛЬТУРНОЕ И ПРИРОДНОЕ НАСЛЕДИЕ БЫХОВСКОГО РАЙОНА КАК ОСНОВА ДЛЯ РАЗВИТИЯ АГРОЭКОТУРИЗМА

*А.Е. Яротов, П.В. МIRONЧИК, А.В. Ситчук,
С.А. Старикова, М.В. Шундрик, А.Д. Юракова,*
Белорусский государственный университет,
Республика Беларусь

При разработке программ агроэкотуризма и проектировании туристских маршрутов следует рассматривать аспекты природного и культурного наследия регионов в едином комплексе, раскрывая взаимообусловленность природных ландшафтов, системы расселения, традиций духовной и материальной культуры, включая специфику региональной архитектуры. Благодаря экологическому туризму сохранение традиционных занятий местного населения и историко-культурного наследия становится экономически целесообразным, что на сегодняшний день может оказаться решающим фактором в дальнейшем развитии многих регионов.

Примером тому может стать Быховский район Могилевской области. В результате проведения целенаправленной политики, ориентированной на рост промышленного и сельскохозяйственного производства, повышение благосостояния населения периферийных районов в рамках Государственной комплексной программы развития регионов, малых и средних городских поселений Республики Беларусь на 2007–2010 гг., Государственной программы возрождения и развития села удалось нивелировать экономическое отставание района по многим позициям.

В данной ситуации развитие перспективных направлений туризма (экологического, сельского и т. д.) может послужить толчком к возрождению региона.

Рекреационные ресурсы Быховского района, несмотря на уничтожение определенной части культурно-исторических ценностей, являются благоприятной предпосылкой для развития туризма в регионе. Также следует обозначить ряд факторов, определяющих высокий потенциал рекреационной деятельности в регионе:

– значительное число памятников историко-культурного наследия по сравнению с другими регионами Беларуси в целом и по сравнению с другими районами Могилевской области;

- уникальные ландшафты Беларуси, которые одновременно являются таковыми и на общеевропейском фоне;
- богатая духовная культура, традиции народных промыслов, ремесел, обрядов, которые хорошо сохранились;
- выгодное географическое положение делает территорию Могилевской области и Быховского района более доступной для иностранных туристов, в первую очередь из России.

Основой развития агроэкотуризма в Беларуси являются уникальные природные комплексы и особо охраняемые природные территории (ООПТ), многие из которых представляют ценность и как объекты культурного наследия.

Ведущими объектами агроэкотуризма на территории Быховского района являются зона отдыха республиканского значения «Чигиринка» и пойменные ландшафты долины Днепра и окрестности Быхова.

Уникальными являются пойменные ландшафты долины Днепра и Друти, регион является одним из древнейших очагов земледелия восточных славян. История земледелия насчитывает здесь свыше 4 тыс. лет. О древней истории Быховщины свидетельствуют десятки памятников археологии. К примеру, на территории района учтено свыше 50 археологических памятников каменного и железного века, включая древние селища и городища, курганы, некрополи.

Историко-культурный потенциал г. Быхова, основанного в XIV в., включает комплекс исторических памятников XVI–XX вв. (Быховский замок, синагога, Свято-Троицкая церковь, здания казначейства, гостиницы, часовни, железнодорожной станции, женской и мужской гимназий); экспозицию Быховского историко-краеведческого музея и др. Значительную познавательную ценность имеет аэродром, действовавший до начала 1990-х годов, а также гарнизон морской авиации Балтийского флота и база ракетноносцев.

Помимо уникальных историко-культурных памятников экскурсионные маршруты могут знакомить с культурным наследием, включая памятные события в истории региона. Духовное наследие включает памятные места, связанные с именами рода Толстых (д. Грудинька), Петра I, Екатерины II (г. Быхов), магнатского рода Сапег (г. Быхов).

При организации культурно-познавательных программ развития агроэкотуризма следует учитывать наличие народных художественных коллективов, а также местные культурные традиции (фестивали, праздники и др.). К примеру, в культурных программах в Быховском районе могут принять участие творческие коллективы (народный фольклорный коллектив «Багатуха», народный духовой оркестр Быховского РДК, народный хоровой ансамбль «Лира», хореографический ансамбль «Надзейка»). Интерес у туристов вызывает ежегодный фестиваль бардовской песни «Бард-рыбалка» (д. Грудичино, агроусадьба «Песчаный берег»), фестиваль народного творчества «Залохвенский фест» (д. Залохвенье, агроусадьба «Гостинный двор»), соревнования по драгрейсингу и кольцевым гонкам (г. Быхов, территория аэродрома), традиционные народные праздники и обряды.

В пределах Быховского района учтено более 100 памятников истории и культуры, среди которых древние археологические объекты (курганы, городища, памятники языческих культов); уникальные памятники культового зодчества (монастыри, церкви и синагоги в Быхове, Барколабово, Любянке); усадебно-парковый комплекс (Грудинька); мемориальные памятники (в Лудчицах – Мемориал Воинской Славы, в Воронино – памятник Ф.А.Смолячкову). Плотность экскурсионных объектов составляет 13,2 объекта/1000 км². На территории Быховского района размещен необходимый потенциал для создания экскурсионных маршрутов различной тематики.

Представляется целесообразной разработка нового фольклорно-этнографического экскурсионного маршрута, посвященного мифологии Быховского района на основе показа объектов языческих культов: культовых валунов, древних городищ и курганов (у д. Абиновичи, д. Барколабово, д. Дунаек, д. Новый Быхов и др.), источников (родник у д. Гамарня и др.), деревьев (д. Хомичи). Организация религиозного туризма должна основываться на наличии значительного числа культовых построек и объектов поклонения верующих различных конфессий (Свято-Вознесенский женский монастырь в д. Барколабово с Барколабовской иконой Божьей Матери, Церковь Казанской Божьей Матери в д. Барколабово, Свято-Троицкая церковь в г. Быхове, каскад криниц «Захаренка»). На Быховской земле в местечке Барколабово в XVII в. написана знаменитая Барколабовская летопись – исторические хроники, посвященные событиям 1563–1608 годов, где содержалась информация о литовской и польской политике, Лжедмитрии II.

На территории Быховского района находятся пересекающая его с севера на юг старинная транспортная, культурная, историческая артерия – «путь из варяг в греки», узкоколейные железные дороги торфопредприятий. Так, вблизи д. Годылево находится одна из немногих действующих торфозовных узкоколейных железных дорог в Беларуси.

Выявленные историко-культурные и природные предпосылки могут служить основой для реализации местных инициатив социального характера и проектов, связанных с охраной природы и ландшафтов, сохранением культурного наследия, с агроэкологическим туризмом и транспортом, не загрязняющим окружающую среду в рамках «Зеленых маршрутов». Данный инновационный инструмент развития туризма, основанный на

принципах устойчивого развития, позволяет создавать туристический продукт при сохранении экологической безопасности и поступательном социально-экономическом развитии региона [1].

Ключевым принципом организации культурно-познавательных программ агротуризма в рамках развития «Зеленых маршрутов» должен стать анимационный метод «знакомство через действие», широко применяемый в экскурсионных программах развитых туристских стран. Представляется целесообразным создание персонажа Быха (легендарный основатель города Быхова по В.А. Жучкевичу «Топонимика Беларуси»), и использование его имени в качестве бренда для тематических мероприятий на территории района.

В экскурсионных программах по Быховщине, помимо активизации использования мифологических элементов, следует большее внимание уделить показу местного традиционного уклада жизни населения, включая создание этнографических комплексов – лесничевок и реконструкцию усадеб.

Перспективным может быть создание в деревнях на берегу Чигиринского водохранилища этнографических комплексов «Дом рыбака», знакомящих с традиционной культурой местных жителей, блюдами региональной кухни.

Даже с учетом определенных ограничений, возможности для активизации форм познавательного экотуризма в Быховском районе представляются весьма значительными. Реконструкция и экскурсионное использование таких объектов доиндустриальных производств, как пасажи, мельницы, кузницы, возрождение народных праздников и обрядов («Масленица», «Купалле», «Каляды», «Гуканне вясны» и др.), воссоздание региональных центров традиционных ремесел, производство экологически чистой сельскохозяйственной продукции, включая выращивание лекарственных растений, являются важными формами активизации развития внутреннего и въездного познавательного экотуризма.

При этом следует учитывать невысокую степень сохранности как материальных объектов историко-архитектурного наследия, так и социально-экономические проблемы в сельской местности, утрату традиций народных промыслов, ремесел, обрядов. Очевидно, что многие элементы традиционного культурного наследия необходимо фактически воссоздавать заново, прибегая к исторической реконструкции. К примеру, в целях размещения туристов может использоваться как аренда сельского жилья, так и целенаправленное создание агроусадьб и строительство туристских этнографических объектов в живописной сельской местности с учетом региональных традиций народной архитектуры и бытовой культуры.

В рамках проведения исследования, была разработана программа Зеленого маршрута по Быховскому району, получившая название «У Быхаў – да Быха». Маршрут имеет две тематические петли, которые соединены в общем узле – городе Быхове, и проходят по всей территории Быховского района. Две основные части представляют собой «Друтско-Чигиринское кольцо», расположенное в западной части района и «Днепровский маршрут», проходящий по восточной его части.

Кроме того, были разработаны рекомендации по формированию и совершенствованию Зеленого маршрута, включающие создание «информационного поля» района (сайта Быховского района по агротуризму, путеводителя, создание логотипа и названия Зеленого маршрута и др.), баз, экомузеев, сетей краеведов. Кроме того, необходимо установление контактов с местным сообществом (владельцами агроусадьб, турбазами, домами отдыха и др.). Важным элементом функционирования зеленого маршрута может стать создание брендов для агроусадьб, брендинг блюд народной кухни, создание авторских названий.

Таким образом, успешное решение поставленных задач в рамках деятельности Зеленых маршрутов позволит объединить туристские достопримечательности, оживить предпринимательство (создание сувенирной продукции), пропагандировать здоровый образ жизни среди населения, провести мероприятия по охране окружающей среды, а также сохранить природные и культурные ценности.

Гагина, Н.В. Опыт создания туристического зеленого маршрута как применение инновационной технологии в развитии непрерывного образования / Н.В. Гагина, А.Е. Яротов // Непрерывное географическое образование: новые технологии в системе высшей и средней школы: III Междунар. науч.-практич. конф., 21–22 апреля 2011 г.; редкол.: Г.Н. Каропа (отв. ред.) [и др]. – Гомель: ГГУ им.Ф.Скорины, 2011. – С. 72–73.

ИСТОРИКО-КУЛЬТУРНОЕ И ПРИРОДНОЕ НАСЛЕДИЕ МОЗЫРСКОГО РАЙОНА КАК ОСНОВА ДЛЯ РАЗВИТИЯ АГРОЭКОТУРИЗМА

А.Е. Яротов, канд. геогр. наук, С.А. Старикова, А. Ковалевский,
Белорусский государственный университет физической культуры,
Республика Беларусь

Охрана и использование объектов историко-культурного наследия может быть эффективным только в естественной для них традиционной природно-исторической среде. Поэтому важнейшим элементом в системе развития агротуризма любой территории является оценка свойственных ей природных условий и историко-культурных особенностей.

Примером развития агроэкотуризма может послужить Мозырский район. Регион находится на юго-западе Гомельской области. Административный центр – город Мозырь. Площадь района составляет 1600 км², район имеет 93 населенных пункта и 10 сельсоветов.

Мозырский район обладает богатым природным потенциалом для развития агроэкологического туризма: обширные, хорошо сохранившиеся природные комплексы, включающие памятники природы, леса, занимающие площадь около 91000 га, разнообразие растительного и животного мира, многочисленные реки и озера все это представляет огромную ценность для туристов.

В качестве объектов агроэкотуризма в Мозырском районе могут выступать живописные ландшафты, река Припять и ее притоки, видовое разнообразие флоры и фауны лесного массива, сеть особо охраняемых природных территорий и памятники природы. Мозырский район крайне привлекателен разнообразием природных ландшафтов здесь много возвышенностей, лесов и лугов, рек и озер, уникальных болотных массивов.

Мозыщина лежит в самом центре большой Припятской низины. Большая часть территории Мозырского Полесья – размытая плоско-волнистая равнина, составленная из донной морены, усложненная песчаными дюнами, моренными холмами, заболоченными котловинами и прорезанная долинами рек.

Одним из элементов рельефа района является Мозырская гряда, одна из наиболее расчлененных территорий в Беларуси. В 2007 г. в пределах гряды открылся горнолыжный комплекс «Мозырь».

Для района характерны также новые образования:

1) дюны и дюнные массивы высотой до 5–6 м (в среднем 2–2,5 м) на плоской равнине, часто в понижениях и у края гряд;

2) озовые формы долины р. Припять – полужакрепленные и незакрепленные дюны и бугристые пески до 10 м.

3) бугристые пески антропогенного происхождения – редко небольшие дюны.

Реки региона относятся к бассейну Припяти, которая протекает в северной и восточной частях района.

Территория Мозырского района в ландшафтном отношении представляет собой достаточно своеобразное образование для территории Полесья. Здесь находятся такие уникальные природные объекты, как ландшафтный заказник республиканского значения «Мозырские овраги» общей площадью 1141,5 га, а также северо-западный участок поймы Припяти – «Пховские дюны». В самых характерных местах заказника «Мозырские овраги» пролегает экологическая тропа, где всем желающим демонстрируются наиболее достопримечательные объекты и явления природы. На возвышенных участках Мозырской гряды в южной части города, ниже по берегу Припяти, в урочище Новики балочно-овражный комплекс выражен особенно четко.

Территория района является удобной базой для проведения экологических фестивалей. Так, в период 2007–2008 г. на берегах р. Припять прошли четыре Республиканских экологических фестивалей, в которых приняли участие более 2500 человек со всех областей республики; шесть массовых рыболовных соревнований; две экспедиции-сплава по рекам Полесья: российско-белорусская экологическая экспедиция «Полесье-2007».

Переходя к историко-культурному потенциалу региона, следует отметить, что на территории Мозыщины сохранилось большое количество памятников и сооружений, составляющих наследие края. Только в самом г. Мозыре насчитывается 94 историко-культурных объекта. На территории района находятся уникальные археологические памятники, насчитывающие до 300 древних курганов. Помимо памятников археологии в лесах встречаются другие памятные места, связанные с историей. В нескольких местах сохранились остатки старинных парков XIX века.

Архитектурно-планировочная система города Мозыря обусловлена сложным рельефом (река Припять, множество яров). Культурный, политический центр – площадь Ленина – географически находится на окраине города, на берегу Припяти. Вдоль реки проходит улица Советская, перпендикулярно которой по руслу и склонам оврагов вглубь города, поднимаются другие улицы.

В историческом центре Мозыря на Замковой горе расположены руины древнего замка XV в. В середине XVII в. замок был сожжен, после чего утратил свое оборонное значение и больше не восстанавливался. Сейчас на территории замка в «Оружейной» и «Охотничьей» башнях открыты экспозиции, стилизованные под средневековую эпоху.

Кроме того, можно выделить несколько временных пластов, к которым принадлежит появление памятников архитектуры:

– к XVII–XVIII вв. относится основание Свято-Михайловской церкви (1645 г.), костела Св. Михаила Архангела (1743 г.), здания бывшего монастыря цистерцианок (1745 г.) и др.;

– к концу XIX – началу XX в. – основание здания пивоварни (1885 г.), жилого дома по ул. Ленинской (1903 г.), здание центра детского творчества (1907 г.) и др.;

– к концу XX – началу XXI вв. – основание здания драматического театра им. И. Мележа, Георгиевская церковь (2006 г.), мемориальный знак жертвам Чернобыля (1996 г.) и др.

В Мозырском районе также имеются памятники истории, интересные для туристов.

В д. Скрыгалов находится православная церковь, первое упоминание о которой относится к 1497 г., когда татарами был убит священномученик Макарий, Митрополит Киевский. Храм неоднократно перестраивался. Также на территории храма имеется часовня в честь священномученика Макария. В п. Криничный, находится Храм Белорусских Святых, основанный в 1997 г. В д. Барбаров расположены въездные ворота, флигель, мост, а также сохранившаяся конюшня XIX века усадьбы Горваттов.

Оценка природного и историко-культурного потенциала района является первым этапом при создании Зеленого маршрута любой территории. В частности, для Мозырского района разработан проект Зеленого маршрута «Дары Мозырщины», предназначенного для любителей религиозных путешествий, любителей архитектуры, активного отдыха, передвижения на велосипедах, протяженность которого составляет 85 км [1].

Отправной точкой маршрута можно считать г. Мозырь, поскольку он более всего подходит на эту роль ввиду развитого транспортного сообщения, наличия средств размещения, а также большого количества мест отдыха, достопримечательностей, памятников архитектуры, музеев и возможности организации различных экскурсий. Кроме этого на территории г. Мозыря находится памятник природы республиканского значения – заказник «Мозырские овраги», в который также организовываются экскурсии [2].

Поскольку г. Мозырь находится почти посередине Зеленого маршрута, то маршрут можно разделить на 3 направления: 1 – западное, 2 – юго-восточное и 3 – центральное (непосредственно г. Мозырь с прилегающими территориями). Следует отметить, что хотя на маршруте и нет велосипедных дорожек, покрытие дороги позволяет пройти маршрут на велосипедах.

В качестве связующих звеньев между объектами туризма возможно использование экологических троп в пределах маршрута (в частности, экологическая тропа в пределах заказника «Мозырские овраги»), пешеходных дорожек, асфальтированных путей для велотранспорта и др. Местами остановок туристов на маршруте могут послужить санаторий «Сосны» (д. Стрельск), дом охотника «Гиневичев груд», детский оздоровительный центр «Сидельники» (д. Нагорная), агроусадьбы и гостиницы.

Таким образом, для агроэкотуризма используются экологически чистые природные территории. Важно пространственное разделение природных территорий, предназначенных для развития экологического туризма, и зон урбанизации. Поэтому при выборе перспективных зон агроэкотуризма может быть использована планировочная модель сбалансированного размещения охраняемых природных и урбанизированных территорий.

1. Гагина, Н.В. Опыт создания туристического зеленого маршрута как применение инновационной технологии в развитии непрерывного образования / Н.В. Гагина, А.Е. Яротов // Непрерывное географическое образование: новые технологии в системе высшей и средней школы: III Междунар. науч.-практич. конф., 21–22 апреля 2011 г.; редкол.: Г.Н. Каропа (отв. ред.) [и др]. – Гомель: ГГУ им.Ф.Скорины, 2011. – С. 72–73.

2. Бондарь, Е.Г., Экскурсия по экологической тропе (программа проведения экскурсии) / Е.Г. Бондарь, С.В. Зубарев – Мозырь: ГУО «Станция юных натуралистов». – 2009 г.

**ФОРМИРОВАНИЕ ПРОФЕССИОНАЛЬНЫХ УМЕНИЙ И НАВЫКОВ У СТУДЕНТОВ,
СПЕЦИАЛИЗИРУЮЩИХСЯ В ОБЛАСТИ ТУРИЗМА**

О.А. Гусарова, канд. пед. наук, доцент, А.Г. Фурманов, д-р пед. наук, профессор, О.В. Романова,
Институт туризма Белорусского государственного университета физической культуры,
Республика Беларусь

Формирование профессиональных умений и навыков у студентов, специализирующихся в области туризма, является неотъемлемой частью целенаправленной подготовки их к предстоящей профессиональной деятельности.

Согласно образовательному стандарту Республики Беларусь первой ступени высшего образования ОСРБ 1-89 01 01-2008 и учебного плана специальности «Туризм и гостеприимство», формирование профессиональных умений и навыков у студентов осуществляется в том числе и в процессе прохождения учебных практик: «Рекреационно-оздоровительный поход», «Туристско-спортивный поход», «Водный поход».

По названным учебным практикам разработаны учебные программы.

Целью учебной практики «Рекреационно-оздоровительный поход» является: ознакомление студентов с основами организации и проведения рекреационно-оздоровительного похода; овладение начальными умениями и навыками для предстоящей профессиональной деятельности [5].

Задачи учебной практики: ознакомление с основами рекреационного туризма; формирование практических умений и навыков по организации и проведению рекреационно-оздоровительного похода; повышение уровня физической подготовленности студентов; формирование межличностных отношений студентов; воспитание у студентов стремления к самосовершенствованию для достижения успехов в избранной профессии.

В результате прохождения практики выпускник должен:

знать:

- особенности организации и проведения рекреационно-оздоровительного похода;
- основы туристской техники (основные средства и приемы преодоления естественных препятствий, ориентирования на местности, бивачных работ, применяемых в условиях рекреационных походов по территории Республики Беларусь);
- методику разработки маршрута рекреационно-оздоровительного похода;
- основные положения техники безопасности в туристском походе;
- особенности оказания первой помощи в походе;

уметь:

- разрабатывать маршрут рекреационно-оздоровительного похода;
- передвигаться с рюкзаком по маршруту рекреационно-оздоровительного похода;
- устанавливать палаточный лагерь и готовить горячее питание для туристской группы в природных условиях;
- обустривать туристский бивак;
- вязать узлы, используемые в туристских походах;
- преодолевать естественные и искусственные препятствия;
- ориентироваться на местности;
- оказывать первую помощь пострадавшему [1, 2, 3, 7, 8, 9, 10].

Целью учебной практики «Водный поход» является: ознакомление студентов с основами организации и проведения водного похода; овладение умениями и навыками для профессиональной деятельности [4].

Задачи учебной практики:

- ознакомление с особенностями проведения водного похода;
- формирование практических умений и навыков по организации и проведению водного похода;
- повышение физической подготовленности студентов;
- формирование межличностных отношений студентов;
- воспитание у студентов стремления к самосовершенствованию для достижения успехов в избранной профессии.

В результате подготовки и участия в водном походе выпускник должен:

знать:

- основы лодки внутренних водных путей;

- основные положения техники безопасности в водном походе;
- особенности организации и проведения водного похода;
- специфику составления маршрута водного похода;
- правила соревнований по туристско-прикладным многоборьям (ТПМ) в водном туризме;

уметь:

- разрабатывать маршрут водного похода;
- самостоятельно организовывать и проводить водный поход;
- разрабатывать комплексы упражнений для повышения физической подготовленности студентов;
- подготавливать туристские суда к водному походу;
- вязать узлы, используемые в страховочной системе туриста-водника;
- технически и тактически правильно преодолевать естественные и искусственные препятствия;
- организовывать и проводить соревнования по ТПМ в водном туризме [1, 2, 3, 7, 8, 9, 10].

Целью учебной практики «Туристско-спортивный поход» является: ознакомление студентов с основами организации и проведения туристско-спортивного похода; овладение умениями и навыками для профессиональной деятельности [6].

Задачи учебной практики:

- ознакомление с основами спортивного туризма;
- формирование практических умений и навыков по организации и проведению туристско-спортивного похода;
- повышение физической подготовленности студентов;
- формирование межличностных отношений студентов;
- воспитание у студентов стремления к самосовершенствованию для достижения успехов в избранной профессии.

В результате подготовки и участия в туристско-спортивном походе выпускник должен:

знать:

- особенности организации и проведения туристско-спортивного похода;
- основные положения техники безопасности в туристско-спортивном походе;
- специфику составления маршрута туристско-спортивного похода;
- программно-нормативные документы, направленные на развитие спортивного туризма в Республике Беларусь;

уметь:

- разрабатывать маршрут туристско-спортивного похода;
- разрабатывать комплексы упражнений для повышения физической подготовленности студентов;
- составлять положения о соревнованиях;
- технически и тактически правильно преодолевать естественные и искусственные препятствия;
- оборудовать туристский лагерь;
- вязать узлы, используемые в спортивном туризме;
- преодолевать полосу препятствий в ТПМ;
- ориентироваться на местности.

На изучение материала практик отводится 36 учебных часов: лекции – 10 часов, практических занятий – 26 часов.

Формой контроля знаний, умений и навыков, приобретенных студентами во время прохождения практик, является зачет.

Критерии оценки студентов за период прохождения практик:

- знания по теоретическому материалу практик;
- практические умения и навыки (разработка туристского маршрута, установка туристской палатки на время, сдача норматива по ориентированию на местности, вязка узлов на время, оказание первой помощи пострадавшему);
- исполнительская дисциплина, инициативность, творческий подход, проявленные студентом во время практик.

Для успешного овладения профессиональными умениями и навыками необходимо обладать определенным уровнем развития показателей физической подготовленности.

Для определения эффективности практик был проведен сравнительный анализ показателей физической подготовленности студентов Института туризма, полученных в результате тестирования (первый замер – до начала проведения практик, второй замер – в конце практик).

Применялись следующие тесты: для определения быстроты – бег 100 м; выносливости – бег 1000 м у мужчин и 500 м у женщин; ловкости – челночный бег 4×9 м; силы – подтягивание на перекладине у мужчин и поднимание туловища из положения лежа на спине у женщин; гибкости – наклон вперед; скоростно-силовых качеств – прыжок в длину с места.

Полученные данные прошли статистическую обработку (таблицы 1, 2).

Таблица 1 – Динамика показателей физической подготовленности студентов (мужчины)

Тесты	Первый замер М ± σ	оценка	Второй замер М ± σ	оценка
Бег 100 м, с	14,14±2	3	13,52±0,99	7
Наклон вперед, см	10,83±2,33	5	12,1±3,2	6
Прыжки в длину с места, см	234,42±3,69	6	242,50±4,52	7
Бег 1000 м, мин/с	3,37±1,9	3	3,23±0,08	6
Подтягивание на перекладине, раз	8,84±2,1	4	11,25±2,05	6
Челночный бег 4×9 м/с	9,80±0,30	4	9,48±0,20	6

М – средняя арифметическая величина; σ – среднее квадратическое отклонение.

Таблица 2 – Динамика показателей физической подготовленности студентов (женщины)

Тесты	Первый замер М ± σ	оценка	Второй замер М ± σ	оценка
Бег 100 м, с	16,9±1,9	3	16,24±1,50	7
Наклон вперед, см	14,73±3,57	6	16,45±4,1	7
Прыжки в длину с места, см	173,09±9,54	5	173±6,25	6
Бег 500 м, мин/с	2,1±1,9	4	2,01±1,95	6
Поднимание туловища из положения лежа на спине, раз	46,63±1,67	5	48,15±7,1	6
Челночный бег 4×9 м/с	10,82±0,45	4	10,52±0,30	6

М – средняя арифметическая величина; σ – среднее квадратическое отклонение.

Оценка результатов тестирования определялась по 10-балльной шкале [10].

Анализ полученных данных свидетельствует о том, что по результатам первого замера уровень развития показателей физической подготовленности у студентов Института туризма был оценен в пределах 4–6 баллов как у мужчин, так и у женщин. В результате второго измерения уровень развития показателей физической подготовленности возрос. У мужчин и у женщин он был оценен в пределах от 6 до 7 баллов, что свидетельствует об эффективности проведенных учебных практик.

1. Ганопольский, В.И. Уроки туризма: пособие для учителей / В.И. Ганопольский. – Минск: НМЦентр, 1998. – 216 с.
2. Константинов, Ю.С. Теория и практика спортивно-оздоровительного туризма: учеб. пособие / Ю.С. Константинов; Рос. межд. академия туризма. – М.: Советский спорт, 2009. – 392 с.
3. Коструб, А.А. Медицинский справочник туриста / А.А. Коструб. – М.: Профиздат, 1986. – 350 с.
4. Практика «Водный поход»: учеб. программа для специальности 1-89 01 01 «Туризм и гостеприимство» / сост.: А.Г. Фурманов, О.В. Романова. – Минск: БГУФК, 2009. – 9 с.
5. Практика «Рекреационно-оздоровительный поход»: учеб. программа для специальности 1-89 01 01 «Туризм и гостеприимство» / сост.: А.В. Маслов. – Минск: БГУФК, 2008. – 10 с.
6. Практика «Туристско-спортивный поход»: учеб. программа для специальности 1-89 01 01 «Туризм и гостеприимство» / сост.: А.Г.Фурманов [и др.]. – Минск: БГУФК, 2009. – 9 с.
7. Простаков, И. Иностранные термины в турбизнесе: краткий толковый словарь / И. Простаков; Российский союз туриндустрии. ВООК. – М.: Финансы и статистика, 2005. – 215 с.
8. Туристский терминологический словарь: справочно-методическое пособие / авт.-сост. И.В. Зорин, В.А. Квартальников. – М.: Советский спорт, 1999. – 240 с.
9. Федотов, Ю.Н. Спортивно-оздоровительный туризм: учебник / Ю.Н. Федотов, И.Е. Востоков. – М.: Советский спорт, 2002. – 364 с.
10. Физическая культура: типовая учеб. программа для высш. учеб. заведений по специальности 1-89 01 01 «Туризм и гостеприимство» / сост.: А.Г. Фурманов, О.В. Романова. – Минск: БГУФК, 2010. – 40 с.

СИСТЕМА НЕПРЕРЫВНОГО ОБРАЗОВАНИЯ СПЕЦИАЛИСТОВ ИНДУСТРИИ ТУРИЗМА

С.А. Есипова, канд. геогр. наук.

Югорский государственный университет,
Российская Федерация

Лучшие умы человечества от Платона до В.И. Вернадского благополучие общества связывали с идеей постоянного обновления знаний для каждого его члена. И. Гете, например, полагал, что человек должен «перечувствоваться каждые пять лет». Старая идея непрерывности образования была заново «открыта», по-новому интерпретирована и обогащена в эпоху необычайно быстрых научно-технических, социокультурных и экономических перемен, начавшихся в мире после окончания Второй Мировой войны и продолжающихся прогрессом науки и техники, широким применением инновационных технологий в XXI веке. **Непрерывное образование** – процесс роста образовательного (общего и профессионального) потенциала личности в течение всей жизни, организационно обеспеченный системой государственных и общественных институтов и соответствующий потребностям личности и общества, оно включает в себя все формы и типы образования, получаемые лицами после завершения традиционного образования. По некоторым оценкам, среднегодовой темп прироста новых знаний составляет 4–6 %, это означает, что около 50 % профессиональных знаний специалист должен получить после окончания учебного заведения. Объем времени, необходимый для реновации профессиональных знаний для специалистов с высшим образованием – 28 % от общего объема времени, которым работник располагает в течение всего трудоспособного периода. Непрерывное образование становится важным фактором конкурентоспособности специалиста на рынке труда.

Создание системы непрерывного образования в области туристской индустрии обусловлено рядом объективных обстоятельств:

1. Продолжается реформирование туристской отрасли, которое создает предпосылки роста потребности в специалистах, обладающих определенными знаниями и навыками в области туристской индустрии.
2. Действующая в стране образовательная среда, построенная на государственной системе высшего образования, не отвечает в полной мере потребностям рынка в области оказания туристских услуг как по срокам подготовки специалистов, так и по качеству их подготовки.
3. Наличие в туристской индустрии новейших информационных средств создает предпосылки внедрения в образовательный процесс новейших высокоэффективных учебных технологий.
4. Во вновь созданную в 90-х годах систему туристской индустрии были привлечены специалисты, не имеющие специального образования.

Все вышеперечисленные обстоятельства предопределили высокую потребность в переподготовке и повышении квалификации большого количества работников туристской индустрии.

Концептуально система непрерывного образования в области туристской индустрии представляет собой специализированную информационно-образовательную среду, обеспечивающую подготовку, переподготовку и повышение квалификации работников, находящихся как в пределах доступности, так и на расстоянии от образовательных учреждений (дистанционная форма обучения). **Информационно-образовательная среда** – это системно организованная совокупность средств передачи данных и информационных ресурсов, аппарат программного и организационно-методического обеспечения, ориентированный на удовлетворение образовательных потребностей в области туристского дела.

Система образования работников строится на следующих принципах:

- непрерывности получения образовательных услуг от среднего специального и высшего образования до непрерывного повышения квалификации в течение всей профессиональной деятельности;
- модульности построения учебного процесса, обеспечивающей гибкое построение учебного цикла для любой категории обучающихся на основе единой учебно-методической базы;
- максимального использования современных учебно-информационных технологий для повышения эффективности учебного процесса.

Субъекты системы непрерывного образования в области туристской индустрии могут быть классифицированы по следующим категориям:

1. Лица, окончившие школу, лицей или колледж и желающие получить диплом о высшем образовании в сфере туризма, гостеприимства, экскурсоведения.
2. Лица, работающие в этой сфере, имеющие высшее образование по другой специальности и желающие получить диплом (сертификат) о переподготовке по специальностям или направлениям туристской индустрии с соответствующей специализацией или профилем в соответствии с профессиональной ориентацией по роду своей деятельности.
3. Специалисты, которые должны пройти переподготовку по определенному направлению деятельности в соответствии с реально существующей горизонтальной ротацией специалистов внутри предприятия.

4. Специалисты, которым необходимо повысить свою квалификацию для подтверждения соответствия занимаемой должности.

5. Руководители подразделений и лица из числа резерва на замещение руководящих должностей, которым необходимо пройти переподготовку в области туристского менеджмента.

6. Руководители туристской отрасли, которые систематически должны повышать квалификацию по различным направлениям деятельности с учетом динамичных процессов реформирования системы.

Система непрерывного образования работников туристской индустрии включает три цикла обучения:

общеобразовательный – обеспечивает минимальный уровень, необходимый для освоения теоретических основ туристской деятельности;

базовый – включает необходимую совокупность знаний, которыми должен обладать работник туристской индустрии, служащий, вне зависимости от занимаемой должности и профессионального направления деятельности;

профессионально-ориентированный – обеспечивает получение углубленных знаний и практических навыков в области профессионально ориентированной деятельности и занимаемой должности.

Подготовка и переподготовка, обновление знаний и умений становится ключевым вопросом конкурентоспособности индивида, организации, нации. Не случайно исследователи заговорили о том, что в современном обществе на первый план выступает деление людей на образованных и необразованных. Так, профессор экономики Массачусетского технологического института Лестер К. Туров, автор книги «Будущее капитализма», говорил, что «настоящий мастер своего дела теперь может без проблем зарабатывать большие деньги когда угодно и где угодно на планете... Если нам не удастся совершить образовательный рывок, мы станем очевидцами чудовищной безработицы. Необразованных, необученных, неквалифицированных, а значит, и не способных к творческой работе людей оттеснят более дешевые и точные машины».

ПСИХОЛОГИЧЕСКАЯ КОМПЕТЕНТНОСТЬ БУДУЩИХ СПЕЦИАЛИСТОВ СФЕРЫ ТУРИЗМА И ГОСТЕПРИИМСТВА

А.Н. Котко, канд. пед. наук, доцент,

Институт туризма Белорусского государственного университета физической культуры,
Республика Беларусь

В современном мире определенные знания психологии востребованы в самых разных областях научного знания. На определенном этапе развития науки возникает необходимость учета психологических факторов и закономерностей. Сама логика развития всей системы научного знания диктует постановку проблем, которые относятся к компетенции психологии (Б.Ф. Ломов).

Психология становится связующим звеном целого ряда областей научного знания, синтезируя их достижения. Без ее всестороннего развития невозможно обеспечить полноценные взаимосвязи между биологией и историей, медициной и педагогикой, техникой и экономикой и другими науками в изучении человека и решении практических задач, относящихся к человеческому фактору.

Психология является интегратором всех научных дисциплин, объектом которых является человек, именно в этом состоит ее историческая миссия, с этим связаны перспективы ее развития (Б.Г. Ананьев).

Хорошо известно, что для выполнения профессиональных обязанностей требуются самые разнообразные специальные знания, наличие которых необходимо, но, как показывает практика, недостаточно для достижения успеха. Среди наиболее востребованных в настоящее время являются психологические знания. Специалист, работающий в сфере туризма, обязательно должен знать психологию потребителя. В настоящее время в психологии большое внимание уделяется изучению личности потребителя туристских услуг, личности специалиста сферы туризма и их взаимоотношениям в процессе взаимодействия, в частности, раскрытию психологических факторов организации процесса взаимодействия.

Профессиональная деятельность специалиста в сфере туризма требует умения понимать потребителя и предвидеть результаты взаимодействия, проявления коммуникативной компетентности, наблюдательности, навыков общения и взаимодействия с людьми – потребителями туристских услуг. Для специалиста сферы туризма умение понимать себя и других не просто полезный навык, а профессиональная необходимость. Успешность его деятельности зависит именно от того, насколько он сумеет расположить к себе клиента, завоевать его доверие; определить по особенностям вербального и невербального поведения его индивидуально-психологические особенности и учесть их при выборе нужной стратегии общения и тактики обслуживания; насколько он сумеет учесть и заранее предусмотреть потребности и желания клиентов, причем не только высказанные, но и невысказанные или даже не осознанные.

Кроме этого, выполняя свою работу, специалист сферы туризма и гостеприимства взаимодействует как с сотрудниками своей фирмы, так и со специалистами других агентств, гостиниц, транспортных фирм и т. п. Все это не просто люди, а часто представители разных стран и культур, с разными традициями делового поведения и общения. Значит, специалисту сферы туризма и гостеприимства необходимо знать их психологические особенности, чтобы успешно осуществлять профессиональную деятельность.

Вместе с тем, знание психологии поможет специалистам сферы туризма понять поведение потребителей для выбора наилучшего варианта взаимодействия, познать свой внутренний мир в целях сознательного управления своим поведением, разобраться в поведении своих коллег, при необходимости оказать им психологическую помощь и поддержку.

На решение данных проблем и направлены психологические дисциплины, включенные в Образовательный стандарт первой ступени высшего образования по специальности 1-89 01 01 «Туризм и гостеприимство» (утвержден постановлением Министерства образования Республики Беларусь от 12.06.2008 № 50). Список психологических дисциплин, изучаемых в высшем учебном заведении, представлен двумя дисциплинами: «Основы психологии и педагогики», «Социальная психология в туризме», каждая из которых имеет определенную цель и решает конкретные задачи.

Современный уровень подготовки кадров в системе высшего образования немыслим без применения новых технологий обучения. Особенно это актуально при обучении будущих специалистов сферы туризма и гостеприимства.

На сегодняшний день дидактически целесообразной может быть такая технология обучения, которая в первую очередь отвечает следующим критериям: продуктивности (высокий результат усвоения материала достигается каждым студентом); экономичности (в единицу времени эффективно усваивается большой объем материала); психогигиеничности (обучение проходит в обстановке сотрудничества, положительного эмоционального микроклимата) – и в тоже время выявляются и совершенствуются лучшие профессиональные личные качества студента. Поэтому использование активных методов в обучении будущих специалистов в сфере туризма и гостеприимства чрезвычайно велико.

Активные методы в своем назначении подчеркивают наличие активной позиции студента. Эта активность проявляется в изменении позиции обучаемого и в интенсивности взаимодействия в учебном процессе; в скорости и глубине освоения новых способов деятельности, информации, необходимой для их осуществления; в эмоционально-ценностной реакции обучаемого на отношение к совместной деятельности.

В игровом режиме четко прослеживается развитие активности личности: от репродуктивной, когда задания выполняются в какой-то определенности (например, в режиме игрового моделирования), к реконструктивной, когда задания выполняются в условиях риска или вероятности (в деловых играх), далее – к вариативной активности, когда участники игрового моделирования в условиях частичной определенности разрешают проблемные ситуации, и, наконец, к творческой активности и самостоятельности. В этом случае участники игры в условиях полной неопределенности преследуют, достигают цели, поставленные перед ними. Все виды активности являются показателями эффективности игрового моделирования, развития участника, обучаемого. Достаточно длительное время вовлечения участника игры в процесс анализа ситуаций принятия решений означает, что активность носит не кратковременный, не эпизодический характер. В целом ряде методов имитационного моделирования погружение участников в режим игры идет в течение нескольких дней (например, рефлексивные или инновационные игры), а иногда и недель или месяцев (организационно-деятельностные игры). Важно при этом заметить, что активность в данном случае нарастает и качественно меняется в сторону творческой.

Включение участников игры в обстановку, максимально приближенную к профессиональной деятельности, к естественному трудовому процессу, повышает их мотивацию в отношении к учебной деятельности. Многие игры предполагают достаточно широкую диагностику реальной производственной ситуации, вычленение конкретных проблем, трудностей и поиск решений, позволяющих снять затруднения реальной практики, применить способы профессиональной деятельности, внести коррективы в существующие организационные структуры. Кроме того, методы имитационного игрового моделирования позволяют сформировать конкретные практические умения, развить психологическую готовность к их реализации в профессиональной деятельности. Делается это за счет исполнения в играх деловых, ситуационно-ролевых, разнообразных должностных ролей, что, в свою очередь, позволяет действовать, принимать решения от имени должностного лица или организации, внести коррективы в индивидуальный стиль общения и характер управления людьми.

Побуждение участников игрового моделирования к творческой активности происходит на основе формирования рефлексивных техник.

Метод содержит в себе обобщенные предписания, устойчивое содержание деятельности, повторяющиеся независимо от ситуации, от особенностей применяющего метод человека, стандартное в многообразии деятельности. Метод используется как средство достижения цели, организующее начало, позволяющее контролировать и предвосхищать события в деятельности. Поэтому вместе с демонстрацией теоретического становления объекта (идеального) содержание метода представляется как особая форма самодвижения существенного в деятельности. Для построения метода требуется описать деятельность, обобщить результаты и

придать обобщению нормативный статус. Особенностью активных методов обучения является то, что их реализация возможна лишь через совместную деятельность преподавателей и студентов.

Особенностями активных методов обучения являются:

1. Принудительная активизация мышления (вынужденная активность), т. е. студент вынужден быть активным независимо от его желания.
2. Обеспечение постоянной вовлеченности студентов в учебный процесс, так как их активность должна быть достаточно устойчивой и длительной.
3. Самостоятельная творческая выработка решений, повышенная степень мотивации и эмоциональности студентов.
4. Постоянное взаимодействие студентов и преподавателей в процессе диалоговой и полилоговой форм организации учебного процесса.
5. Проявление рефлексивной самоорганизации деятельности преподавателя и студентов в учебной коммуникации.

Активное обучение применяется как на неимитационных, так и на имитационных видах занятий. Неимитационные занятия характеризуются отсутствием модели изучаемого процесса или деятельности. Активизация обучения осуществляется через прямые и обратные связи между студентами и преподавателями.

Отличительной чертой имитационных занятий является наличие имитационной модели изучаемого процесса, имитация индивидуальной или коллективной деятельности. В процессе этих занятий осуществляется взаимодействие в коммуникации преподавателей и студентов при выполнении ролей или принятии решений. Имитационные методы обучения могут быть игровыми (в них имеются определенные роли, которые играют участники учебного процесса) и неигровыми (роли и модели деятельности отсутствуют).

В настоящее время в основу классификации активных методов обучения положены два основных признака:

- а) наличие модели процесса труда (трудовой деятельности);
- б) наличие ролей.

Условно все формы и методы можно разделить на эвристические (творческие, непрограммируемые, ведущие к открытию новых путей) и программируемые (алгоритмические, выполняемые по определенным предписаниям, программам). Для программируемых форм и методов разрабатывается определенный алгоритм, или правило, а для творческих – научно обоснованная модель, или схема.

Выделяются и такие группы активных форм и методов обучения, как традиционные, новые (имитационные) и новейшие (развивающие).

Традиционные формы обучения (лекции, семинары, практические занятия, тренинги и т. д.) обеспечивают увеличение количества знаний и умений. Используются в традиционной педагогике, где целью педагогического воздействия на обучаемого является переход от определенного уровня знаний, умений и навыков к заданному уровню. Основной проблемой педагогической деятельности в такой ситуации является создание мотивации обучающимся, самостоятельно получающим знания, которые преподаватель не может им передать против их воли.

Новые формы обучения (имитационные методы обучения) обеспечивают усиление роли мышления и развитие мотивации. Данные формы используются в рамках как знаниевой модели образования, соответствующей традиционной педагогике, так и способностной модели образования, соответствующей педагогике «выращивания».

Новейшие формы обучения (инновационные игры, организационно-деятельностные игры, организационно-мыслительные игры) обеспечивают формирование интеллектуальной культуры и культуры саморазвития. Используются новейшие формы обучения в рамках способностной модели образования, которая обеспечивает подготовку специалистов к инновационной деятельности, создает предпосылки для их быстрой адаптации в динамической социокультурной и профессиональной средах. Новейшие формы обучения обеспечивают реализацию сложившихся способов действия, овладению критериальным анализом действия (понятий, категорий, ценностей), механизмов самоорганизации и саморазвития.

На практических занятиях по психологии применяются такие активные формы обучения, как социально-психологический тренинг, групповые дискуссии, ролевые и деловые игры, упражнения. Они способствуют развитию специальных способностей, в том числе навыков общения и взаимодействия, коммуникабельности, социального интеллекта, наблюдательности, формированию профессиональной направленности и профессиональных черт характера. Будущие специалисты сферы туризма на практических занятиях по психологии приобретают опыт решения проблемных ситуаций, возникающих в процессе взаимодействия с потребителями туристских услуг.

Известно, эффективная подготовка будущего специалиста в сфере туризма и гостеприимства осуществляется лишь в том случае, когда он будет иметь возможность:

- занимать позицию активного субъекта деятельности, в которой реализуются его творческие силы и способности;

- включаться в качестве свободного, равноправного и ответственного участника в систему межличностных отношений;
- сочетать свой индивидуальный практический опыт с широким социально-психологическим и профессиональным опытом;
- ощущать постоянную педагогическую поддержку и справедливость оценки качества своей учебно-познавательной деятельности.

Таким образом, наш личный опыт понимания психологических дисциплин в качестве субъектов процесса, изучение мнения студентов высшего учебного заведения, а также слушателей переподготовки и повышения квалификации специалистов сферы туризма и гостеприимства подтверждает значимость их психологической компетентности для будущей профессиональной деятельности.

ПРОФЕССИОНАЛЬНАЯ САМОРЕАЛИЗАЦИЯ ЛИЧНОСТИ БУДУЩИХ СПЕЦИАЛИСТОВ В СФЕРЕ ТУРИЗМА

А.Н. Котко, канд. пед. наук, доцент,

Институт туризма Белорусского государственного университета физической культуры,
Республика Беларусь

В современных социально-экономических условиях, в процессе инновационных преобразований очень важно внедрение новых образовательных технологий, формирование новых социальных отношений, при которых могли бы создаваться максимально благоприятные условия для самосовершенствования, самоутверждения и самореализации студента.

Для рассмотрения данной проблемы раскроем и теоретически обоснуем ведущие понятия, которыми являются «потребность», «самореализация», «профессиональная самореализация».

В «Большом энциклопедическом словаре» определение «потребность» трактуется как нужда в чем-либо, объективно необходимом для поддержания жизнедеятельности и развития организма, человеческой личности, социальной группы, общества в целом; внутренний побудитель активности.

С особенностями процесса потребности связаны проявление личностного «Я», определение перспективных направлений, принятие решений. Вопросами изучения потребности занимались Л.И. Божович, У. Джемс, Л.Г. Ковалев, А.Н. Леонтьев, А. Маслоу, СЛ. Рубинштейн, З.Н. Фрейд и другие отечественные и зарубежные психологи. С точки зрения психологии, потребность – сложная система интересов и побуждений, объясняющих стремление и поведение личности (интересы, мотивы, стремления, мотивационные установки и т. п.) [1].

В личностно-ориентированной педагогике под потребностью понимается внутренняя причина активности личности, выступающая мотивами действий и деятельности. В гуманистической педагогике потребность определяется не столько как психическая, сколько как нравственная сущность. Потребность обуславливает становление всех нравственных характеристик личности субъекта.

Побуждением для удовлетворения потребности человека выступает мотив. Мотивы деятельности студентов формируются на основе потребностей, без знания которых невозможно правильно понять и направленность его личности. Мотивы содержат в себе действительную характеристику потребностей, о которых нельзя сказать иначе, как на языке мотивов [2].

Мотивами являются объекты – различные районы «жизненного пространства», в которых личность испытывает потребность. Сами объекты окружающей среды приобретают мотивационную силу и утрачивают ее тогда, когда потребность удовлетворена.

Мотивы деятельности выполняют побудительную, регулятивную функцию, а также функцию, несущую смысловую нагрузку, передают личностно-ориентированный смысл той деятельности, которой занимается студент. Личностный смысл и значение деятельности человека могут не совпадать, поскольку значение имеет объективный, а смысл – личностный, психологический характер. Отношение мотива к цели деятельности выражает личностный смысл, который создается отражающимся в голове человека объективным отношением того, что побуждает его действовать, к тому, на что его действие направлено как на свой непосредственный результат. Другими словами, сознательный смысл выражает отношение мотива к цели (А.Н. Леонтьев).

Следовательно, мотив связан с «внутренней» активностью личности, направленной на выбор цели, постановка которой формирует побуждение к поиску способов и созданию плана для ее достижения. Последнее побуждение выражается в осуществлении действий, то есть «внешней» активности. В мотиве содержится то, из-за чего и для чего личность проявляет «внешнюю» активность. Понимание «из-за чего» определяется с потребностью, а «для чего» – с целью. Устранение потребности ведет к бессмысленности поиска цели, но и без цели потребность не может привести к сознательной деятельности личности. Следовательно, потребность и цель являются необходимыми компонентами мотива.

По содержанию основными мотивами, определяющими направленность личности студента, являются интересы, склонности, идеалы, мировоззрение.

Интерес – это положительное сознательно-эмоциональное отношение субъекта к объектам, событиям или деятельности, которое выражается в стремлении к овладению определенными мыслями, предметами или действиями. Интересы определяются содержанием (на что они направлены), широтой (объемом) и устойчивостью (длительностью).

Устойчивый интерес, как правило, перерастает в склонность, которая выражается в постоянном желании заниматься определенной деятельностью. Склонность предполагает также наличие способностей, позволяющих успешно заниматься этой деятельностью и совершенствоваться в ней.

Идеал представляется более действенным мотивом и как высшая цель является основным направлением личных устремлений.

Под мировоззрением обычно понимают систему взглядов на объективный мир и место в нем человека, на отношение человека к окружающей его действительности и самому себе, а также обусловленные этими взглядами основные жизненные позиции людей, их убеждения, идеалы, принципы познания и деятельности, ценностные ориентации. Мировоззрение – самый высокий по содержанию и побудительной силе мотив деятельности. Мировоззрение с потребностями и другими элементами направленности личности находятся в диалектической взаимосвязи. Мировоззрение формируется в процессе удовлетворения духовных потребностей, прежде всего в познании и преобразовании окружающей природной и социальной среды, и становится самостоятельным феноменом, который определяет содержание, уровень, характер проявления и способ удовлетворения потребностей.

В.Д. Шадриков, исследуя мотивационную структуру профессиональной деятельности, отмечает: «Анализ ценностных ориентаций показывает, что в процесс деятельности по профессии в мотивационной сфере происходят значительные изменения. Человек, овладевая профессией, раскрывает в ней все новые аспекты, грани, способные удовлетворить его потребности.

Динамика мотивационной структуры во многом определяется уровнем профессионального мастерства. Удовлетворенность трудом возрастает по мере усложнения профессии, увеличения в ней доли творческих компонентов, позволяющих работнику проявлять личную инициативу, реализовать багаж знаний и умений. По мере роста профессионального мастерства работник должен видеть пути самовыражения, самоактуализации в деятельности» [3].

Потребности, свойственные только человеку, эволюционировали в результате воздействия на них различных социальных систем. Личность является продуктом динамического взаимодействия между врожденными потребностями и давлением социальных норм и правил. Конфликт между стремлением к свободе и безопасности представляет собой наиболее мощную мотивационную систему в жизни людей. Выделяют пять основных экзистенциальных потребностей человека (Э. Фромм):

- 157) потребность в установлении связей;
- 158) потребность в преодолении (в созидании);
- 159) потребность в корнях;
- 160) потребность в идентичности;
- 161) потребность в системе взглядов и преданности.

Существует несколько иная классификация иерархии человеческих потребностей. Основным моментом в иерархии потребностей является то, что потребности никогда не бывают удовлетворены по принципу «все или ничего». Потребности частично совпадают, потому человек может быть мотивирован на двух или более уровнях потребностей. Обычный человек удовлетворяет свои потребности примерно в следующей степени: физиологические – 85 %, безопасность и защита – 70 %, любовь и принадлежность – 50 %, самоуважение – 40 %, самоактуализация – 10 % .

Когда все потребности в достаточной мере удовлетворены, на передний план выступают потребности самоактуализации. Данную потребность можно охарактеризовать как желание человека стать тем, кем он может стать (А. Маслоу). Рассматривая процесс формирования потребности в профессиональной самореализации студентов, считаем необходимым представить терминологическую систему, включающую: самопознание, самоопределение, самооценку, самопрограммирование, самоактуализацию.

Самопознание – знание и оценка личностью самой себя, своих возможностей, качеств и места среди других, уровень которого определяется в зависимости от критичности, требовательности к себе, своим успехам и неудачам и оказывает влияние на эффективность деятельности и дальнейшее развитие личности.

Самоопределением является сознательный акт выявления и утверждения собственной позиции в проблемных ситуациях.

Самооценка – компонент сознания, включающий, наряду со знаниями о себе, и оценку своих физических характеристик, способностей, качеств и поступков, и оценку самого себя. Через самооценку происходит формирование установки по отношению к себе, к другим, и на этой основе – к собственной деятельности.

Самоактуализация – это развитие личности, которое освобождает человека от дефицита проблем роста и от невротических (или инфантильных, или воображаемых, или «ненужных», или «ненастоящих») проблем жизни. То есть самоактуализация – это не отсутствие проблем, но движение от преходящих или ненастоящих проблем к настоящим проблемам.

Анализ исследований, представленный в работах Н.Б. Крыловой, Д.А. Леонтьева, Г.Н. Серикова, А. Маслоу, К. Роджерса и др. позволил определить понятие «самореализация» как одну из основных жизненных ценностей человека, которая отражает стремление максимально проявить свои потенциальные способности и претворить их в жизнь в процессе продуктивной деятельности.

Конечная жизненная цель – это полная реализация «Я», точнее, становление неповторимого и целостного индивида. Итог сложного процесса индивидуализации – самореализация (К. Юнг).

Изучением самореализации личности занимались и представители различных психологических школ. На сегодняшний день не существует единой концепции самореализации. Недостаточная определенность этого понятия составляет методологическую сторону проблемы изучения самореализации личности. На современном этапе развития представлений о самореализации невозможно даже классифицировать это понятие по форме (явление, процесс, потребность, свойство). Одни исследователи продолжают считать самореализацию явлением, обусловленным присущей природе человека предопределенностью быть самоактуализирующимся существом, а другие, отрицая эту предопределенность, предпочитают говорить о процессуальной детерминации (Э.В. Галажинский, 2002).

Сложность изучения самореализации заключается в том, что самореализация не может наблюдаться непосредственно и объективно, можно наблюдать лишь ее эффекты и результаты, отраженные в психике субъекта. Трудно измерять и контролировать самореализацию в ходе эксперимента. Таким образом, теоретические проблемы исследования самореализации заключаются в огромном многообразии теоретических подходов к ее пониманию. В настоящее время нет единого подхода к определению этого понятия. Большинство психологических теорий стремятся к объяснению самореализации или сходного понятия такого же уровня.

Исследования показывают, что решающим фактором в реализации самого себя, своего потенциала являются не природные задатки человека сами по себе, а сформированные внешней средой личностные качества как продукт образования и воспитания, обучения труду (И.П. Смирнов); человек может самореализовываться как уникальная целостная личность только во встрече с другими (Е.В. Селезнев); самореализация представляет собой сложную функциональную систему, представленную комплексом психологических образований. Таким комплексом применительно к феномену самореализации может служить полисистемность, то есть отдельные микро- и макросистемы, обеспечивающие вариативность, масштабность и степень интенсивности самореализации личности (С.М. Кудинов).

Современные педагогические исследования (В.И. Андреев, А.В. Хуторской, В.А. Черкасов, К.А. Абдулханова-Славская и др.) показывают, что самореализация осуществима только тогда, когда сформировалось самопознание своих способностей, образ «Я». Эта точка зрения важна тем, что современный учебный процесс обеспечивает развитие способностей и потенциалов в рамках личностно-ориентированного подхода (Л.П. Качалова).

Сформировать потребность в самореализации – значит создать условия для развития у будущего специалиста в сфере туризма устойчивой тенденции к проявлению субъективных качеств в разнообразных сферах жизнедеятельности, стремлению к самосозиданию. Такая возможность представляется, по нашему мнению, при личностно-ориентированном обучении, когда есть возможность осуществить развитие студента как личности, как индивидуальности и как активного субъекта деятельности. Необходимо изменение ролей и функций участников педагогического процесса таким образом, чтобы система внутренних осознанных побуждений личности, жизненных целей, установок, перспектив, намерений и стремлений к овладению профессиональными знаниями, навыками, умениями способствовала развитию профессионально-значимых свойств и качеств личности. Осознание будущими специалистами в сфере туризма определяющих целей своей профессиональной деятельности является важнейшим этапом в становлении его как будущего специалиста.

Исходя из вышеизложенного, под потребностью в профессиональной самореализации студента понимается процесс приобретения профессиональных знаний, умений, навыков, формирования профессионально-значимых свойств и качеств личности с их последующей реализацией, развитием и совершенствованием в практической профессиональной деятельности, в результате активной деятельности студента, основанной на системе внутренних осознанных побуждений личности.

1. Психология: словарь / под общ. ред. А.В. Петровского, М.Г. Ярошевского. – М., 1990.
2. Сманцер, А.П. Гуманизация педагогического процесса / А.П. Сманцер. – Минск: Бестпринт, 2005.
3. Шадриков, В.Д. Психология и способности человека / В.Д. Шадриков. – М., 1996.

ТЕОРИЯ И ПРАКТИКА ПРОЕКТНОГО ОБУЧЕНИЯ

А.Н. Котко, канд. пед. наук, доцент,

Институт туризма Белорусского государственного университета физической культуры,

С.И. Бородавко, магистр педагогики,

Минский государственный профессиональный лицей № 3 машиностроения,

Республика Беларусь

Проектное обучение может рассматриваться сегодня в качестве одной из актуальных технологий реализации педагогического образования. С одной стороны, в условиях увеличения доли самостоятельной работы оно является важнейшей формой организации учебной деятельности обучающихся, развивает актуальные для учебной и любой профессиональной деятельности навыки планирования, самоорганизации, сотрудничества. С другой стороны, данная технология выступает как адекватный способ развития компетентности будущих специалистов в сфере туризма и гостеприимства.

Образовательный проект – это форма организации занятий, предусматривающая комплексный характер деятельности всех его участников по получению конкретной продукции за заданный промежуток времени.

Цель проектного обучения состоит в том, чтобы создать условия, при которых студенты самостоятельно и охотно приобретают недостающие знания из разных источников, учатся пользоваться приобретенными знаниями для решения познавательных и практических задач, приобретают коммуникативные умения, работая в разнообразных группах, используя разные социальные роли (лидера, исполнителя, посредника), развивают у себя исследовательские умения.

К организации работы по проекту А.В. Хуторской предъявляет следующие требования:

- проект разрабатывается по инициативе студентов. Тема проекта для всей группы может быть одна, а пути его реализации в каждой группе разные. Возможно одновременное выполнение студентами разных проектов;

- проект является значимым для ближайшего и опосредованного окружения студентов;

- работа по проекту является исследовательской, моделирует работу в научной лаборатории или иной организации;

- проект должен быть педагогически значим, то есть студенты приобретают знания, строят отношения, овладевают необходимыми способами мышления и действий;

- проект заранее спланирован, сконструирован, но вместе с тем допускает гибкость и изменения в ходе выполнения;

- проект ориентирован на решение конкретной проблемы, его результат имеет потребителя, цели проекта сужены до решаемой задачи;

- проект реалистичен, сориентирован на имеющиеся в распоряжении учебного учреждения ресурсы.

Технология проектного обучения способствует мотивированию учения обучающихся. В процессе проектного обучения у них формируется система представлений о своих возможностях и умениях их реализовывать. Они учатся программировать собственную деятельность, отбирать необходимые средства достижения цели, определять последовательность своих действий, оценивать промежуточные и конечные результаты действий; самостоятельно корректировать действия таким образом, чтобы конечный результат соответствовал поставленным целям на основе рефлексии каждого этапа проектной деятельности.

Технология проектного обучения ориентирована на самостоятельную деятельность студентов (индивидуальную, парную, групповую), которую учащиеся выполняют в течение определенного отрезка времени. Метод проектов всегда предполагает решение какой-то проблемы, предусматривающей, с одной стороны, использование разнообразных методов, средств обучения, а с другой – интегрирование знаний, умений из различных областей науки, техники, творческих областей. Результаты выполненных проектов должны быть, что называется, «осязаемыми», то есть, если это теоретическая проблема, то конкретное ее решение, если практическая – конкретный результат, готовый к внедрению.

Умение пользоваться этой технологией, групповым обучением – показатель высокой квалификации преподавателя, его прогрессивной методики обучения и развития. Недаром эти технологии относят к технологиям XXI века, предусматривающие, прежде всего, умение адаптироваться к стремительно изменяющимся условиям жизни человека.

Используя метод проектов в учебном процессе, необходимо учитывать следующие требования:

1. Наличие значимой в исследовательском, творческом плане проблемы, требующей интегрированного знания, исследовательского поиска для ее решения (например, исследование демографической проблемы в разных регионах мира; создание серии репортажей из разных концов земного шара по одной проблеме).

2. Практическая, теоретическая, познавательная значимость предполагаемых результатов (например, доклад в соответствующие службы о демографическом состоянии данного региона, факторах, влияющих на

это состояние, тенденциях, прослеживающихся в развитии данной проблемы; совместный выпуск газеты, альманаха с репортажами с места событий; охрана леса в разных местностях, план мероприятий и пр.).

3. Самостоятельная (индивидуальная, парная, групповая) деятельность студентов.

4. Структурирование содержательной части проекта (с указанием поэтапных результатов).

5. Использование исследовательских методов: определение проблемы, вытекающих из нее задач исследования, выдвижение гипотезы их решения, обсуждение методов исследования, оформление конечных результатов, анализ полученных данных, подведение итогов, корректировка, выводы (использование в ходе совместного исследования метода «мозговой атаки», «круглого стола», статистических методов, творческих отчетов, просмотров и пр.).

Выбор тематики проектов в разных ситуациях может быть различным: эта тематика может формулироваться специалистами органов образования в рамках утвержденных программ; выдвигаться преподавателями с учетом учебной ситуации по своему предмету, естественных профессиональных интересов, интересов и способностей обучающихся; тематика проектов может предлагаться и самими студентами, которые, естественно, ориентируются при этом на собственные интересы, не только чисто познавательные, но и творческие, прикладные.

Технология проектного обучения в учебном учреждении включает следующие этапы деятельности преподавателя и студентов:

1. *Определение темы проекта.* Первым этапом процесса проектирования является создание проблемной ситуации. В ходе рассуждений над предложенными преподавателем наводящими вопросами обучающиеся сами подходят к определению темы, к обозначению проблемы. Если создание проблемной ситуации невозможно, то преподаватель сам предлагает темы, знакомит с аннотацией каждого проекта, оказывает помощь студентам в постановке цели и задач работы над проектом.

2. *Создание творческих групп.* Студенты разбиваются на творческие группы. В группе выбирается координатор, который будет руководить и контролировать участие студентов в разработке проекта. На этом этапе происходит выдвижение гипотез. В ходе изучения источников информации они знакомятся и выписывают новые понятия, факты и др. В конце этого этапа студенты формируются группы и начинается распределение ролей.

3. *Выбор творческими группами тем мини-проектов.* Каждая творческая группа выбирает тему мини-проекта в общем проекте; обсуждает методы проверки принятых гипотез и возможные источники информации; прогнозирует конечный результат деятельности.

4. *Определение каждой творческой группой видов деятельности и составление плана реализации мини-проекта.* Координатор каждой группы вместе с преподавателем (если в этом есть необходимость) распределяет виды деятельности между участниками проекта, учитывая при этом их интересы, возможности, знания и умения. Каждая группа составляет план работы над мини-проектом. Координатор назначает ответственных за каждый пункт плана и определяет время на его выполнение.

5. *Реализация каждой творческой группой своего мини-проекта.* Этот этап является самым интенсивным и творческим, идет непосредственное выполнение проекта. Студенты накапливают информацию, работают с ней, исследуют проблемы, обсуждают различные варианты оформления и представления проекта. На этом этапе очень важно так организовать работу, чтобы каждый участник группы вносил свой личный вклад в общее дело. Совместная работа над проектом целесообразна в том случае, если создается позитивная взаимозависимость студентов, обеспечивается индивидуальная оценка работы каждого участника группы и группы в целом, в группе нет соперничества, а существует взаимодействие и сотрудничество.

6. *Презентация каждой группой результатов творческой деятельности по реализации мини-проекта.* Форма защиты минипроекта продумывается студентами заранее. Защита может быть представлена в различных формах: конференции, «круглого стола», «ток-шоу», «интеллектуального ринга», показа фильма, снятого самими студентами при прохождении практики; презентации, репортажа, сообщения, ролевой игры; дискуссии, аукциона. Студенты могут написать статью, сообщение, собрать и обработать статистические данные, оформить альбом, коллаж, стенгазету, выставку.

При защите проекта учитываются: оригинальность и качество представленного материала (композиция, полнота изложения, подходы, результаты, аргументированность); объем и глубина знаний по теме, эрудиция, межпредметные связи; культура речи, использование наглядных средств; ответы на вопросы, полнота, аргументированность, убедительность.

7. *Подведение итогов проектной деятельности.* Для самооценки и оценки результатов деятельности студентов над проектом рекомендуется использовать рейтинговую систему оценивания. Для этого в начале проекта на каждого студента готовится таблица «Показатели оценки эффективности деятельности студентов», которая заполняется каждым обучающимся и сокурсниками по ходу выполнения проекта (А.И. Андарало, И.В. Шеститко, Е.С. Шилова).

Таблица 1 – Показатели оценки эффективности результатов проектной деятельности (по десятибалльной системе)

Самооценка и оценка участников мини-проекта	Процесс проектирования				Достигнутый результат	Качество оформления работы	Защита		
	Интеллектуальная активность	Творчество	Практическая деятельность	Умение работать в коллективе			Участие в представлении работы	Участие в ответах на вопросы	Оценка результатов
Самооценка									
Оценка участни- ков мини-проекта									
Итого									

Эффективность результатов проектной деятельности каждого студента определяется нахождением суммы баллов среднего арифметического по каждой из 8 колонок: интеллектуальная активность, творчество, умение работать в коллективе, достигнутый результат, качество оформления работы, участие в представлении проекта, участие в ответах на вопросы. Затем все результаты складываются и делятся на 16.

Итак, балльная оценка эффективности результатов проектной деятельности студента составляет 6,25.

Эффективность результатов проектной деятельности каждой творческой группы можно определить следующим образом: складываются все балльные оценки каждого обучающегося и делятся на количество студентов.

Таблица 2 – Показатели оценки эффективности результатов проектной деятельности (по десятибалльной системе)

(Фамилия, Имя, Отчество студента)

Самооценка и оценка участников мини-проекта	Процесс проектирования				Достигнутый результат	Качество оформления работы	Защита		
	Интеллектуальная активность	Творчество	Практическая деятельность	Умение работать в коллективе			Участие в представлении работы	Участие в ответах на вопросы	Оценка результатов
Самооценка	7	5	9	10	8	7	7	0	53
Оценка участников мини-проекта	6	4		10	6	7	6	0	47
Итого	13	9	17	20	14	14	13	0	100

В учреждениях образования в процессе обучения можно использовать как монопредметные образовательные проекты, которые выполняются в рамках одной дисциплины, так и межпредметные, когда интегрируется смежная тематика двух-четырех дисциплин, курсов или спецкурсов.

Так, например, студенты факультета туризма и гостеприимства выполняли проект по теме: «Педагогический процесс в контексте ведущих тенденций современного образования». Вместе с преподавателем они обсудили и разработали тематику мини-проектов: «Ведущие тенденции современного образования», «Особенности организации педагогического процесса в высшем учебном заведении», «Личностно-ориентированные технологии обучения», «Десятибалльная система оценки результатов учебной деятельности студентов», «Студенческий коллектив как педагогическое средство», «Особенности и перспективы развития образовательного туризма», «Особенности делового общения менеджера туристической организации». Каждая подгруппа не только теоретически изучила свою проблему, но и нашла много интересного материала в практике работы преподавателей факультета; разработала сценарий защиты мини-проекта. По теме «Ведущие тенденции современного образования» была проведена пресс-конференция с приглашением известных ученых Республики Беларусь и журналистов, в роли которых выступили студенты. Опыт использования технологии проектного

обучения в Институте туризма показывает, что защиту проектов целесообразно проводить не на практических занятиях, а на ежегодных международных студенческих научно-практических конференциях.

Таким образом, использование технологии проектного обучения в учебном процессе Института туризма позволяет: повышать качество образования; создавать оптимальные условия для саморазвития, самореализации студентов и преподавателей; максимально развивать индивидуальные способности каждого студента; организовывать тесное взаимодействие между участниками группы, преподавателем и студентами.

АКТУАЛЬНЫЕ НАПРАВЛЕНИЯ РАЗВИТИЯ НЕПРЕРЫВНОГО ОБРАЗОВАНИЯ В ТУРИЗМЕ

В.Е. Нехтерова, О.А. Мечковская, канд. геогр. наук,

Институт туризма Белорусского государственного университета физической культуры,
Республика Беларусь

Одним из необходимых условий повышения социально-экономического эффекта туризма как отрасли национальной экономики является профессиональная подготовка руководителей и специалистов индустрии туризма. Качественные изменения инфраструктуры туризма, модели туристского потребления и характера взаимосвязей организованного отдыха населения с процессами рекреации и путешествий выдвинули новые требования к содержанию профессиональной подготовки менеджеров туризма и обусловили специфические требования к компетенции специалистов.

Процесс динамичного развития внутреннего туризма в Республике Беларусь выявил несоответствие современных требований национального туристского рынка современному состоянию профессиональной готовности кадров в сфере туризма, гостеприимства, рекреации и экскурсоведения. Таким образом, создание в Республике Беларусь системы непрерывного образования в туризме является актуальным и экономически обоснованным. При этом важнейшим элементом и звеном непрерывной системы обучения является переподготовка и повышение квалификации кадров в сфере туризма. С этой целью в Институте туризма создан факультет повышения квалификации и переподготовки кадров, на базе которого открыта кафедра непрерывного образования в туризме. Переподготовка осуществляется по семи специальностям: менеджмент туристской индустрии, менеджмент туристской организации, туроператорская и турагентская деятельность, лингвистическое обеспечение туристского продукта, спортивно-туристская деятельность, туристско-оздоровительная деятельность и социокультурное обеспечение туристского продукта. Основной задачей факультета является совершенствование процесса повышения квалификации и переподготовки кадров в сфере туризма, рекреации и экскурсоведения с использованием инновационных образовательных технологий.

Научную и методическую основу системы переподготовки и повышения квалификации составляют:

- методическое обеспечение учебного процесса с использованием инновационных образовательных технологий;

- педагогический опыт и научные разработки ученых и практиков в сфере туризма, в том числе в области профессионального образования с привлечением ведущих отечественных специалистов с большим опытом работы и управления в туризме;

- экспериментальная база (базы стажировок и выездных учебно-методических занятий, включающие ведущие объекты туризма и гостеприимства Республики Беларусь: санатории, гостиницы, крупные туристские фирмы, агроусадьбы, национальные парки и заповедники, а также многофункциональные туристско-оздоровительные комплексы);

- мониторинг качества обучения и кадровых запросов туристской отрасли.

Методическое обеспечение учебного процесса основано на выработанных международных и отечественных педагогических принципах образования, а также на основе современных требований к специалистам туристской сферы. В основу разработки содержания методической документации учебного процесса положены принципы устойчивого развития туризма, которые сводятся к экологической, культурной, экономической устойчивости, а также устойчивости туризма для местных сообществ. Под устойчивым развитием туризма понимается сбалансированное развитие всех отраслей туристского комплекса, которое достигается в триаде «экономика – социальная сфера – природопользование». С точки зрения взаимодействия «туризм – экономика» устойчивость предполагает эффективное развитие туризма за счет сбалансированности спроса и предложения. Устойчивость туризма в рамках социальной среды означает максимальное удовлетворение туристских потребностей. Развитие туризма при условии сохранения природных ресурсов обеспечивает баланс в отношениях «туризм – природопользование». С появлением глобальной концепции устойчивого развития активное внедрение в практику мирового туристского образования получил системный подход к изучению туристской сферы. Таким образом, в системе кадрового обеспечения туризма учитывается его триединый характер. Поэтому учебный процесс переподготовки кадров должен обеспечить высокое квалификационное мастерство

и умение специалистов, подготавливаемых как для социальной и экологической сферы туризма (культурно-познавательный, лечебно-оздоровительный, экологический, агротуризм, спортивный, образовательный и др.), так и для индустриального сектора туризма (сектор гостеприимства, туроператорская и турагентская деятельность, деловой туризм, массовые мероприятия и др.).

Учебные планы, программы переподготовки и повышения квалификации, учитывая вышеобозначенные требования, построены на системном подходе к обучению и предполагают изучение дисциплин по трем блокам: социально-гуманитарном, общепрофессиональном и блоке специальных дисциплин. Актуальным направлением совершенствования дополнительного образования взрослых является разработка образовательных стандартов переподготовки по шести специальностям: менеджмент туристской индустрии, менеджмент туристской организации, туроператорская и турагентская деятельность, спортивно-туристская деятельность, туристско-оздоровительная деятельность и социокультурное обеспечение туристского продукта. В стандартах определены требования: к образовательному процессу, к результатам освоения содержания образовательной программы, и к содержанию учебно-программной документации. Особенностью образовательных программ, подлежащих стандартизации, является присвоение руководящим работникам и специалистам новой относительно ранее присвоенной квалификации на уровне высшего образования. Объектом стандартизации является специальность переподготовки с обязательным присвоением руководящим работникам и специалистам новой квалификации.

Кроме того, в межсессионный период на кафедре ведется обеспечение образовательного процесса учебно-методической документацией, которая предусматривает: разработку заданий к курсовым работам, разработку тестовых заданий для промежуточной и итоговой аттестации слушателей, в том числе в дистанционной форме, актуализацию тем и заданий к практическим работам, обновление новейшими статистическими и фактическими материалами авторских вариантов курсов лекций, составление учебных программ корпоративного повышения квалификации по заказу туристской отрасли, составление ежемесячных и полугодовых планов и отчетов по выполнению нагрузки штатными преподавателями, совместителями и преподавателями с почасовой оплатой и др.

Педагогический опыт и научные разработки ученых и практиков в сфере туризма позволяют активно использовать новейшие образовательные технологии, в том числе информационные, в учебном процессе переподготовки и повышении квалификации. Это деловые игры, тренинги, круглые столы и мастер-классы по актуальным проблемам туристской отрасли. Кроме того, в настоящее время осуществляется внедрение информационных технологий в образовательный процесс, которое предусматривает:

- проведение лекций с использованием мультимедийного оборудования, для чего планом работы кафедры на следующий учебный год будет предусмотрен перевод 30 % лекций в режим презентации Power Point;
- разработку практических заданий для работы в online-режиме с использованием интернет-технологий, а также с использованием специализированных программ обучения;
- введение в оболочку дистанционного обучения тестовых заданий для промежуточной и итоговой аттестации слушателей переподготовки;
- проведение повышения квалификации с использованием программного обеспечения: мастер-классы, тренинги, лекции в режиме презентации.

Экспериментальная база. Важнейшей частью учебного процесса является стажировка слушателей, во время которой приобретаются необходимые практические знания, умения и навыки, необходимые для эффективной работы в сфере туризма, гостеприимства, рекреации и экскурсоведения. Поэтому преподавательский состав кафедры в межсессионный период осуществляет работу по организации стажировок слушателей, для чего создается информационная база данных по объектам стажировки, заключаются договора на стажировку с предприятиями индустрии туризма и составляется необходимая документация. Каждому слушателю в межсессионный период выдается пакет документов, включая индивидуальный план стажировки, отражающий специфику работы предприятия (гостиница, туристская организация, многопрофильные учреждения, городские центры туризма и др.). В соответствии с этой спецификой в рамках индивидуальных консультаций обсуждаются цели и задачи стажировки. Для подбора предприятия используется электронная база данных стажировок, которая содержит информацию о местонахождении предприятия, его руководителях, их контактных телефонах, а также оперативную информацию о наличии вакансий на данном предприятии, потребности организации в определенном числе слушателей для прохождения стажировки и тех возможностях (направлениях деятельности), которыми данное предприятие располагает. Кроме того, для стажировки подбираются новые предприятия индустрии туризма, при этом используются контакты, налаженные с руководителями предприятий в рамках повышения квалификации.

В целях усиления профориентационной работы по трудоустройству слушателей преподавателями в рамках стажировки осуществляется следующая работа:

- 1) преподаватели ориентируют слушателей, заинтересованных в трудоустройстве, на налаживание и развитие коммуникационных отношений, позиционирование и продвижение своих знаний, умений и навыков, полученных на лекционных и практических занятиях;

2) с целью выявления кадровых запросов туристской отрасли среди руководителей стажировок от предприятий введен мониторинг, по результатам которого выявляется уровень компетенций слушателей и определяются реальные потребности отрасли в выпускниках. Для этого по окончании стажировки предусмотрена личная встреча преподавателя и руководителя от предприятия, во время которой помимо мониторинга обсуждаются вопросы дальнейшего сотрудничества, в том числе в рамках повышения квалификации.

Мониторинг качества обучения проводится факультетом уже несколько лет среди слушателей переподготовки (в конце каждого семестра) и повышения квалификации. Специально разработанная форма позволяет выявить степень удовлетворенности слушателей качеством преподавания, «проблемные места» в учебном процессе с целью его своевременной корректировки, а также определить готовность слушателей получать образование в дистанционной форме. Так, например, в 2011 г. на факультете переподготовки и повышения квалификации в рамках международного проекта WINET по внедрению системы дистанционного образования, а также в рамках научно-исследовательской деятельности института по внедрению в образовательный процесс инновационных форм образования среди слушателей был проведен первый этап мониторинга образовательных запросов. Были анкетированы 137 респондентов: 75 из числа слушателей переподготовки и 62 респондента из числа слушателей повышения квалификации. Результаты мониторинга показали, что из числа опрошенных респондентов 58 % – «за» внедрение дистанционной формы образования, 42 % – против. Из числа респондентов, высказавшихся за целесообразность внедрения данной системы, основными аргументами этого были: удобная форма получения образования без отрыва от основной деятельности, возможность получить своевременно «систематизированную» информацию по интересующим курсам. Результаты показали, что особенно предпочтительна такая форма для лиц, работающих в индустрии туризма. Основными аргументами «против» были отсутствие «живого» общения, диалога с преподавателями, невозможность получения своевременной консультативной помощи, отсутствие у некоторых слушателей навыков владения персональным компьютером и информационными технологиями. В отношении дисциплинарного наполнения дистанционной формы образования на переподготовке результаты мониторинга показали, что наиболее удобными для дистанционной формы изучения, по мнению 80 % анкетированных респондентов, являются дисциплины учебного плана переподготовки, входящие в гуманитарный и общепрофессиональный блоки. А именно: культурология и религиоведение, основы идеологии белорусского государства (блок социально-гуманитарных дисциплин), история путешествий и туризма, организация деятельности предприятий индустрии туризма, страноведение, физиология и гигиена (общепрофессиональные дисциплины). Менее удобны для изучения в дистанционной форме, по мнению 70 % анкетированных респондентов, дисциплины специальности, а также такие дисциплины, как менеджмент в туризме, маркетинг в туризме, информационные технологии в туризме, иностранный язык.

В рамках повышения квалификации были анкетированы руководители и специалисты предприятий индустрии туризма, в частности, туристических организаций, центров туризма и краеведения, спортивных клубов. Результаты мониторинга показали, что «за» внедрение дистанционной системы на курсах повышения квалификации 44 % респондентов, «против» – 56 %. Основным аргументом «за» внедрение данной системы, по мнению анкетированных респондентов – эргономичность учебного процесса, позволяющая органично сочетать практическую деятельность и возможность повышения профессионального уровня по наиболее актуальным и проблемным вопросам организации туристической деятельности. Основными аргументами «против» были: отсутствие необходимой материально-технической базы на местах (программное обеспечение) недостаточный уровень владения персональным компьютером и информационными технологиями, невозможность «живого» диалогового окна с преподавателями. Такая тенденция была наиболее актуальна для региональных представителей индустрии туризма. В ходе анкетирования не было выявлено градации наиболее и наименее приемлемых тем повышения квалификации.

АНАЛИЗ УРОВНЯ ПОДГОТОВЛЕННОСТИ СТУДЕНТОВ ТУРИСТСКОГО ПРОФИЛЯ ОБРАЗОВАНИЯ В ТЕХНИКЕ ОРИЕНТИРОВАНИЯ НА МЕСТНОСТИ

В.Е. Подлиских, канд. биол. наук, А.С. Ботян, Е.А. Белая, Е.А. Дикусар, канд. хим. наук,
Институт туризма Белорусского государственного университета физической культуры,
Республика Беларусь

Техника и тактика ориентирования на местности являются основополагающими в активном туризме и применяются туристами обязательно в походных условиях и на дистанциях соревнований. По уровню подготовленности в технике и тактике ориентирования на местности можно в определенной степени судить в целом о технико-тактической подготовленности инструктора-методиста по туризму.

Подготовка студентов направления специальности 1-89 02 01-01 «Спортивно-туристская деятельность (спортивный и рекреационный туризм)» в аспектах техники и тактики ориентирования на местности в учреждении образования «Белорусский государственный университет физической культуры» (далее БГУФК) осуществляется комплексно в рамках дисциплины «Спортивно-педагогическое совершенствование» и иных специальных дисциплин. В программу обучения входят разделы специальной теоретической подготовки, практической подготовки (в аудитории и на местности). Особая роль отводится соревновательной (интегральной) подготовке студентов на соревнованиях по спортивному ориентированию, туристско-прикладным многоборьям, технике поисково-спасательных работ.

В итоге 4-летнего цикла подготовки выпускник указанной специальности должен владеть базовым уровнем владения техникой и тактикой ориентирования на местности (уровень второго разряда в видах спорта «спортивное ориентирование», «туристско-прикладные многоборья»). Выпускник должен обладать навыками чтения карты, работы с компасом, измерения расстояний и направлений, точного и «грубого» движения по азимуту, движения с чтением карты, преодоления соревновательных дистанций и маршрутов походов с применением комплекса приемов ориентирования [4, 5].

Следует отметить, что методология подготовки в технике ориентирования в вузе на специальностях туристского профиля базируется на методологии подготовки спортсменов в виде спорта «спортивное ориентирование» [2, 4, 5 и др.], но имеет свою специфику. Техника и тактика ориентирования является лишь одним из компонентов технико-тактической подготовки инструктора по туризму, и соответствующие умения и навыки должны формироваться в циклах подготовки специалистов в гораздо более сжатые сроки. Литературные данные по методологии подготовки и тренировки в технике и тактике ориентирования в туристских видах спорта практически отсутствуют. Применяемая в БГУФК система туристской подготовки, следовательно, требует постоянного изучения, контроля качества и своевременной коррекции.

Цель настоящей работы – провести анализ качества подготовки студентов-выпускников БГУФК направления специальности 1-89 02 01-01 «Спортивно-туристская деятельность (спортивный и рекреационный туризм)» в аспектах техники и тактики ориентирования на местности.

Средством контроля подготовленности выпускников указанного направления специальности (студенты 5 и 4-го курсов дневной формы обучения) являлись учебно-контрольные соревнования университета по технике поисково-спасательных работ (ПСР), проведенные в декабре 2011 года. На соревнованиях выступали 6 студенческих команд (по 4 участника) и команда «Знич» учреждения дополнительного образования детей и молодежи «Минский городской туристско-экологический центр», имеющая в составе двух мастеров спорта по туристско-прикладному многоборью. Результаты, показанные студентами на этапах поисковых работ, служили критерием их соответствующей подготовленности.

Для осуществления контроля подготовленности соревнования по ПСР являлись наиболее приемлемыми, так как преодоление дистанции ПСР характеризуется быстрой сменой тактических ситуаций, большой физической нагрузкой, эмоциональной насыщенностью (спортсмены работали на дистанции непрерывно в течение 18 часов, в том числе в темное время суток). Здесь в процессе соревновательной деятельности большие нагрузки испытывает психика спортсмена, так как сами этапы и задания нестандартны и максимально приближены к туристской практике, принятие решений происходит на фоне напряженной физической работы циклического и ациклического характера, прогрессирующего физического, умственного и эмоционального утомления, сложных погодных условий [3].

В методической литературе особо отмечается тот факт, что формирование навыков ориентирования на местности происходит в рамках учебно-тренировочного процесса, на занятиях в аудиториях и на местности. Однако качество выполнения тех или иных технических приемов существенно изменяется в соревновательной обстановке. Одно дело, когда решения принимаются на уровне знаний, умений и навыков, а другое – когда решения нужно принимать в экстремальных условиях при дефиците времени и информации [1, 2].

Этапы поисковых работ дистанции учебно-контрольных соревнований по ПСР являлись разнообразными по содержанию, технической сложности и предполагали применение спортсменами комплекса техники ориентирования на местности (таблица 1). Три из четырех указанных этапов преодолевались командами в темное время суток, что усложняло решение задач ориентирования. Этапы были равномерно распределены по 4-м блокам дистанции, так, чтобы спортсмены выполняли поисковые работы на различном фоне физической и эмоциональной усталости.

Все команды преодолели этапы ориентирования, однако на определяющих этапах участниками допускались технические ошибки (не обнаружены контрольные пункты (КП)) (таблица 2).

Этап ориентирования по заданному маршруту, в частности, моделировал движение туристов по «походному» маршруту и требовал постоянного контроля за «текущей» точкой стояния группы и направлением (трассой) движения. Этап предполагал эффективное сличение карты с ориентирами местности, в том числе с элементами рельефа, в условиях темного времени суток. Несмотря на относительную техническую простоту маршрута (в основном он был проложен по линейным ориентирам), команды студентов получили здесь от 0 до 30 (максимум) штрафных баллов. Две из 6 команд не обнаружили ни одного из трех КП. Для сравнения, команда «Знич» (которая служила в эксперименте «эталоном») штрафных баллов на этапе не получила.

Таблица 1 – Содержание и уровень технической сложности этапов поисковых работ учебно-контрольных соревнований

Этапы дистанции, оценивающие компоненты технико-тактической подготовленности в технике ориентирования	Класс сложности технических этапов ¹	Содержание и условия преодоления технических этапов
Ориентирование по памяти	2	Движение команды в заданный пункт по памяти. Маршрут движения (1 км) команда запоминает при изучении контрольной карты за 2 мин. КВ ² – 15 мин
Ориентирование по заданному маршруту (линия)	3	Движение команды по нанесенному на карту маршруту (по линии) в темное время суток. Маршрут – 1,5 км, 3 КП ³ . КВ – 60 мин
«Навигатор»	3	Ориентирование в заданном направлении в темное время суток. КП на карту команды не нанесены. Месторасположение КП одна команда сообщает другой по связи (служит для нее «навигатором»). Протяженность этапа 1,2 км, 2 КП. КВ – 60 мин
Эстафета	3	Личное ориентирование по выбору с передачей эстафеты следующему участнику команды. КВ каждого участника – 10 мин. Максимально-возможное кол-во «взятых» КП – 5. Протяженность этапа – 1 км

Примечания:

1 – Техническая сложность этапов определялась по методике проведения соревнований по туристско-прикладным многоборьям (всего 5 классов сложности от 1 (наименьший) – до 5 (наивысший)).

2 – КВ – контрольное время на этапе.

3 – КП – контрольный пункт (цель поиска для спортсмена).

Таблица 2 – Результаты преодоления этапов ориентирования на местности командами на учебно-контрольных соревнованиях по технике поисково-спасательных работ

Этап	Макс. технический штраф (баллы)	Кол-во команд, преодолевших этап	Кол-во команд, преодолевших этап без штрафа	Средний штраф команд (баллы)	Штраф команды-победителя (баллы)
Ориентирование по памяти	20	7 (100 %)	6 (86 %)	2,90	0
Ориентирование по заданному маршруту (линия)	30	7 (100 %)	2 (29 %)	11,40	0
«Навигатор»	30	7 (100 %)	6 (86 %)	4,30	0
Эстафета	20	7 (100 %)	0 (0 %)	12,40	13

Сходная ситуация наблюдалась на этапе «эстафета», где оценивалась не командная, а личная техника ориентирования в условиях «жесткого» лимита времени (10 мин). Этап предполагал быстрый выбор и эффективное применение различных приемов ориентирования в темное время суток (в том числе движение точным и «грубым» азимутом, чтение и движение по рельефу). Этап преодолевался на 10-м часу непрерывной работы команд, т. е. на фоне накопившегося у участников утомления. Ни одной из команд не удалось закончить этап без штрафов. Сумма штрафных баллов участников варьировала от 7 до 20 (максимальный штраф для участника).

Лучшие результаты показаны командами на технически простом этапе дистанции «ориентирование по памяти» (2-го класса) и на этапе «навигатор» 3-го класса (коротком по протяженности и имевшем большое контрольное время – 60 мин).

Кроме объективных (протокольных) результатов, о технико-тактической подготовленности студентов позволяли судить данные их опроса, проведенного по окончании соревнований. По 10-балльной шкале студенты оценили следующие характеристики:

- уровень технико-тактической сложности этапов поисковых работ (1 – этап совершенно несложен; 10 – этап недоступен по сложности);
- уровень физической трудности данных этапов (1 – физически нетруден; 10 – предельно труден);
- степень интереса этапов (1 – этап совершенно неинтересен; 10 – весьма интересен);
- уровень практической значимости этапов (1 – этап не имеет практической значимости, 10 – этап имеет весьма важное практическое значение).

По мнению участников соревнований, большинство этапов поисковых работ имели для них значимый интерес и представляли практическую значимость с точки зрения осуществления туристской деятельности (75 % участников поставили оценки «интерес» и «значимость» выше 6–7 баллов).

Этапы поисковых работ не представляли для участников предельной физической трудности (таблица 3). Соответствующие медианы оценок имели значения 5–7,75 % участников оценили физическую трудность этапов не выше 6–8 баллов.

Большинство участников оценили этапы поисковых работ как принципиально доступные, имеющие уровень технической сложности несколько выше среднего. Соответствующие медианы оценок имели значения 6–7,75 % участников оценили техническую сложность этапов не выше 7–8 баллов. Таким образом, судя по субъективным оценкам участников, в целом их подготовленность в технике и тактике ориентирования соответствует требуемому от выпускника базовому уровню подготовленности.

Таблица 3. Результаты оценки качества этапов ориентирования на местности участниками учебно-контрольных соревнований по поисково-спасательным работам

Технический этап	Me (баллы)	Min (баллы)	Max (баллы)	25-я процентиль	75-я процентиль
Техническая сложность (доступность этапа для участников)					
Ориентирование по заданному маршруту	7,00	1,00	10,00	7,00	8,00
«Навигатор»	6,00	1,00	10,00	5,00	7,00
Эстафета	6,50	1,00	10,00	5,00	7,00
Физическая трудность этапа					
Ориентирование по заданному маршруту	7,00	1,00	10,00	6,00	7,00
«Навигатор»	5,00	1,00	8,00	3,00	6,00
Эстафета	6,00	1,00	9,00	4,00	8,00

Примечание – Выборка респондентов, оценивших указанные технические этапы дистанции, составила 22 человек. Оценки от 1 до 10 баллов.

Полученные в работе результаты контроля уровня подготовленности студентов-выпускников БГУФК направления специальности 1-89 02 01-01 «Спортивно-туристская деятельность (спортивный и рекреационный туризм)» позволяют говорить о том, что в процессе обучения у студентов формируется базовый комплекс умений и навыков в технике и тактике ориентирования на местности. В то же время правильный выбор и применение ряда приемов определения точки стояния (опознание комплекса ориентиров, в том числе элементов рельефа), движения с чтением карты и по азимуту в условиях темного времени суток и ограниченного времени на выполнение задачи вызывают у студентов-выпускников определенные затруднения. Необходима соответствующая коррекция структуры и содержания учебно-тренировочного цикла для устранения указанных недостатков в подготовленности выпускников.

1. Казанцев, С.А. Интегральная подготовка спортсменов ориентировщиков: автореф. дис. канд. пед. наук / С.А. Казанцев. – СПб.: СПбГАФК им. П.Ф. Лесгафта, 2005. – 27 с.

2. Огородников, Б.И. Подготовка спортсменов-ориентировщиков / Б.И. Огородников, А.П. Кирчо, Л.А. Крохин. – М.: Физкультура и спорт, 1978. – 145 с.

3. Поисково-спасательные работы «Школа выживания» // Сборник материалов. – Витебск: Изд-во РТСС, 2010. – 34 с.

4. Туризм и спортивное ориентирование: учебник для институтов и техникумов физической культуры / В.И. Ганопольский [и др.]; под ред. В.И. Ганопольского. – М.: ФиС, 1987. – 240 с.

5. Федотов, Ю.Н. Спортивно-оздоровительный туризм / Ю.Н. Федотов, И.Е. Востоков. – М.: Советский спорт, 2003. – 357 с.

МЕНЕДЖМЕНТ ИННОВАЦИОННЫХ ПРОЕКТОВ КАК СОСТАВЛЯЮЩАЯ ПОДГОТОВКИ МАГИСТРОВ В СФЕРЕ ТУРИЗМА И ГОСТЕПРИИМСТВА

В.М. Разуванов, Л.В. Сакун,

Институт туризма Белорусского государственного университета физической культуры,
Республика Беларусь

Практически во всех отраслях современной экономики ключевую роль в обеспечении конкурентоспособности является способность организаций генерировать новую информацию (новые товары и услуги, технологии, процессы, системы управления, маркетинговые системы и т. д.) и эффективно осуществлять внедрение новшеств в практику [1]. Подобная деятельность коренным образом отличается как по форме, так и по содержанию от рутинных производственных процессов и процессов обслуживания, протекающих в организациях в «обычных» условиях. Инновационная деятельность, в отличие от текущей, как правило, имеет проектную форму организации, носит временный, непостоянный характер, слабо структурирована как в отношении целей инновационной деятельности, так и в плане способов их достижения. Проектная группа включает в себя специалистов с совершенно различным характером компетенции и операционных навыков, а следовательно инновационная деятельность требует особого характера управления и соответствующей управленческой подготовки [2].

Поскольку управление процессом внедрения инноваций имеет решающее значение при формировании инновационной модели национальной экономики, в подготовку магистров для сферы туризма и гостеприимства, обучающихся в Институте туризма БГУФК, была включена дисциплина «Менеджмент инновационных проектов».

Дисциплина «Менеджмент инновационных проектов» предназначена для реализации на второй ступени высшего образования (магистратуре) в рамках цикла общепрофессиональных и специальных дисциплин. Особенностями программы является использование компетентностного подхода в обучении, построение учебного материала с учетом требований будущей профессиональной деятельности магистров, использование инновационных педагогических технологий.

Основной целью изучения дисциплины является формирование у будущих специалистов системы теоретических и практических знаний в области менеджмента инновационных проектов. Среди задач дисциплины следует особо выделить изучение основ проектного подхода, освоение различных систем управления инновационными проектами, формирование навыков построения организационных структур проектных организаций, прогнозирования и планирования проектной деятельности, освоение теории и практики управления портфелями проектов, человеческими ресурсами, а также освоение практических аспектов разработки инновационных проектов, в том числе подготовки необходимой проектной документации.

В результате освоения дисциплины «Менеджмент инновационных проектов» магистрант должен знать основные понятия и категории менеджмента инновационных проектов, основы систематизированного интегративного управления проектами, ключевые роли исполнителей инновационных проектов, методы прогнозирования, планирования и контроля проектной деятельности, компьютерные информационные технологии управления проектами, методы формирования проектной команды и офиса, основы управления портфелями проектов, мультипроектами и программами, а также особенности управления инновационными проектами в сфере туризма и гостеприимства.

Среди формируемых практических умений и навыков отметим умения оформлять заявки, вести проектную документацию, в том числе контрактную, навыки разработки детализированного интегративного плана проекта, формирования команды и организации работы офиса проекта, распределения полномочий и ответственности. На наш взгляд, также необходимо сформировать умения эффективно управлять конфликтами, возникающими в процессе реализации инновационных проектов, проводить рабочие проектные совещания и иные организационные мероприятия, а также осуществлять оптимальное распределение ресурсов, вести бюджетирование проектов.

Отдельной составляющей подготовки в рамках рассматриваемой дисциплины является формирование умений по использованию современных специализированных программных решений для управления инновационными проектами, в том числе Microsoft Project, GanttProject, OpenProj, Easy Project и др.

Среди фундаментальных теоретических знаний отметим необходимость понимания современных тенденций и закономерностей развития проектного подхода как стратегического направления развития организаций индустрии туризма и гостеприимства, знания структуры и содержания проектной инновационной деятельности в сфере туризма и гостеприимства.

Более подробно остановимся на методах и технологиях обучения в рамках рассматриваемой дисциплины. Нашей принципиальной позицией в области вузовской педагогики является соответствие методов обучения, форм организации познавательной деятельности содержанию курса, особенностям преподаваемых знаний. Так, курс, предполагающий усвоение определенного объема теоретического материала на уровне «знаний

– знакомств» и «знаний – копий», вполне может быть освоен посредством классических лекций и семинаров, однако курс, в результате которого специалист должен уметь организовать практическое внедрение инноваций посредством осуществления проекта, по своей сути не может ограничиться классическими формами образовательной деятельности. «Чтобы плавать – надо плавать»...

Как показала практика преподавания данной дисциплины, магистрам и преподавателям более всего импонирует такая форма обучения, которое мы условно назвали «сквозное учебное проектирование».

Данная форма деятельности состоит в том, что в течение всего курса магистры в малых группах по 3–5 человек осуществляют какой-либо инновационный проект, актуальный для индустрии туризма и гостеприимства, в том числе выбирают тему проекта, инициируют его, готовят проектную документацию, осуществляют текущее руководство, распределяют обязанности и т. д. Так, в процессе разработки проекта студенты осуществляют формирование команды проекта, распределяют обязанности, при этом кто-либо берет на себя функции менеджера проекта. Затем происходит так называемая формальная инициация проекта, формируется его концепция, подготавливается прединвестиционная стадия. Магистранты детализируют проект и его задачи, формируют иерархическую структуру работ, определяют контрольные пакеты работ, составляют матрицу задач и ответственности, идентифицируют связующие и ключевые события. По завершении предварительной стадии разрабатывается календарный сетевой план и его иерархия, формируется бюджет проекта и отдельные ресурсные планы, которые затем сводятся в интегрированный детализированный сетевой план.

Особый эффект имеет практика командной работы, которая, надо отметить, не в полной мере реализуется в классическом высшем образовании. Например, в процессе командного планирования магистранты формируют навыки проведения рабочих совещаний, коллективного принятия решений, поиска консенсуса, навыков социального взаимодействия, объяснения своей позиции, убеждения, слушания и т. д., что является косвенным, но весьма полезным эффектом проектной формы образовательной деятельности.

В процессе осуществления проекта проводится авторизация и контроль проектных работ, контроль и управление изменениями и содержанием проекта, мониторинг исполнения календарных планов, финансовый контроль, измерение технических показателей. По завершении виртуального проекта осуществляется комплексная оценка проекта, в том числе анализ критических точек, формируется отчетность перед руководством и заказчиком, затем проходит стадия формального завершения или пролонгирования проекта.

Естественно, что многие функции и стадии проектной работы осуществляются «виртуально», однако мы исходили из принципа максимальной «реальности» проектных работ который состоит в том, что если та или иная функция может быть выполнена реально, она должна быть выполнена именно реально, так, например, различные виды маркетинговых исследований, расчеты на основе рыночных цен, и даже предварительные договоренности с потенциальными партнерами были выполнены реально, естественно, практика командной работы также «реальна» в полной мере.

Одним из наиболее интересных учебных проектов, осуществленных магистрантами Института туризма явился проект «Карта гостя города Минска», в результате которого был разработан полноценный бизнес-план с маркетинговым обоснованием, технологическим и программным сопровождением.

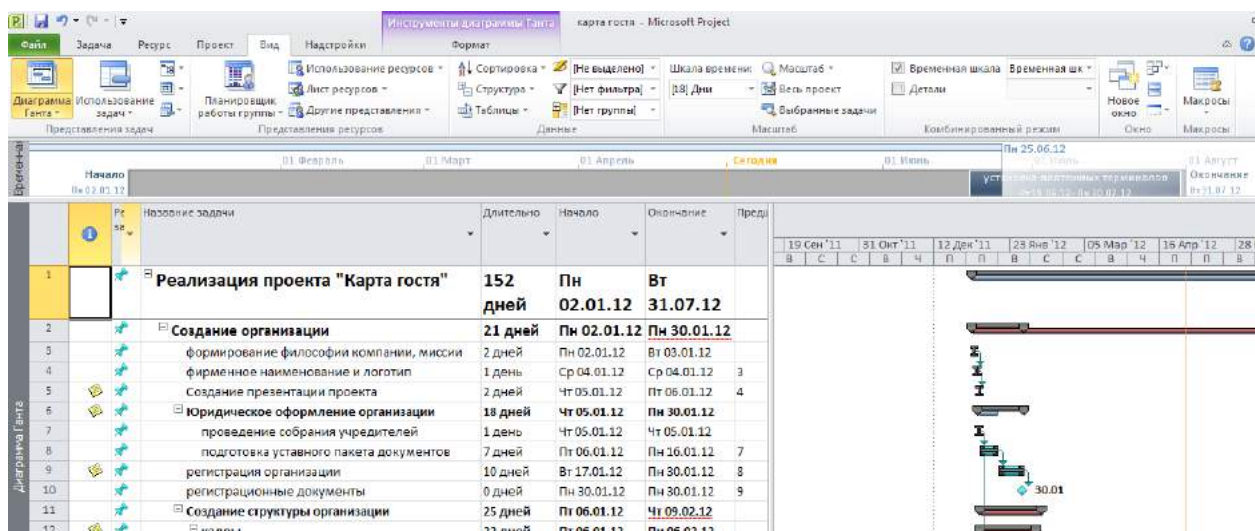


Рисунок – Элемент учебного проекта «Карта гостя города Минска» в Microsoft Project.

1. Инновационный менеджмент: учебник для вузов / А.Е. Абрамешин [и др.]; под ред. д-ра экон. наук, проф. О.П. Молчановой. – М.: Вита-Пресс, 2001. – 272 с.

2. Арчибалд, Р.Д. Управление высокотехнологичными программами и проектами / Р.Д. Арчибалд; пер. с англ. Е.В. Мамонтова. – 3-е изд., перераб. и доп. – М.: Компания АйТи; ДМК Пресс, 2004. – 472 с.

ПРОФЕССИОГРАФИЧЕСКАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА ДВИГАТЕЛЬНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ СПЕЦИАЛИСТОВ СФЕРЫ ТУРИЗМА И ГОСТЕПРИИМСТВА

О.В. Романова,

Институт туризма Белорусского государственного университета физической культуры,
Республика Беларусь

Процесс профессионального становления личности всегда индивидуализированный. Его индивидуальное своеобразие определяется природными различиями и в первую очередь сочетаниями основных свойств нервной системы. Поэтому в каждой профессии существует не единственный тип профессионала, что конкретно выражается и в некоторых особенностях у них структуры профессиональных способностей. Недостаточно выраженные свойства, качества человека компенсируются, «перекрываются» другими свойствами и более развитыми качествами, и тем самым обеспечивается успешность выполнения трудовой деятельности [7].

Иначе говоря, одни и те же профессиональные задачи могут успешно выполняться при некоторых различиях в сочетаниях личностных свойств и способностей. Учет же данной закономерности имеет принципиальное значение для индивидуализации содержания и методики профессионально-прикладной физической подготовки и установления нормативов.

Для многих профессий определены профессионально важные физические и волевые качества, которые являются составной частью профессиограммы [1, 2, 3, 4, 5, 6, 7, 8].

С целью выявления профессионально-важных физических и волевых качеств, которые необходимо развивать у студентов вузов (факультетов) туристского профиля, было проведено анкетирование специалистов сферы туризма. В анкетировании приняло участие 50 человек, имеющих стаж работы в сфере туризма от 5 до 40 лет, работающих в качестве менеджеров по туризму, инструкторов-методистов по туризму, культурологов-аниматоров, экскурсоводов, руководителей туристских групп. Анкетиремым было предложено оценить по значимости физические и волевые качества, которые необходимо развивать у студентов вузов (факультетов) туристского профиля [9].

По результатам анкетирования установлено, что студентам вузов (факультетов) туристского профиля необходимо развивать следующие физические качества (расположены по значимости): быстроту – 35 % (быстрота реакции на неожиданно возникающие обстоятельства, адекватное реагирование в экстремальных ситуациях, требующих срочных двигательных действий); выносливость – 35 % (движение по маршруту и преодоление препятствий без снижения темпа передвижения); ловкость – 15 % (ориентирование в пространстве, удержание равновесия при преодолении препятствий с ограниченной опорой, приспособление к изменяющимся ситуациям); силу – 10 % (преодоление сложных участков маршрута, перенос туристского снаряжения); гибкость – 5 % (выполнение движений, требующих проявления высокой подвижности в плечевом, тазобедренном, коленном и голеностопном суставах). Распределение профессионально-важных физических качеств по степени значимости в процентном соотношении представлено на рисунке 1.

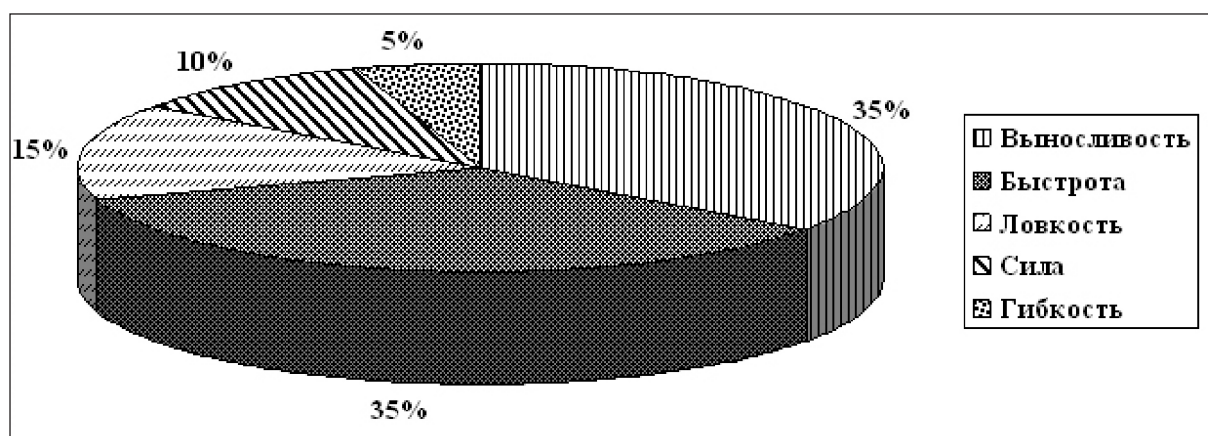


Рисунок 1 – Распределение профессионально-важных физических качеств по степени значимости

Для специалистов сферы туризма и гостеприимства, по данным анкетирования, характерно также проявление волевых качеств: силы воли – 35 %, решительности – 20 %, смелости – 20 %, целеустремленности – 15 %, инициативности – 10 % (рисунок 2).

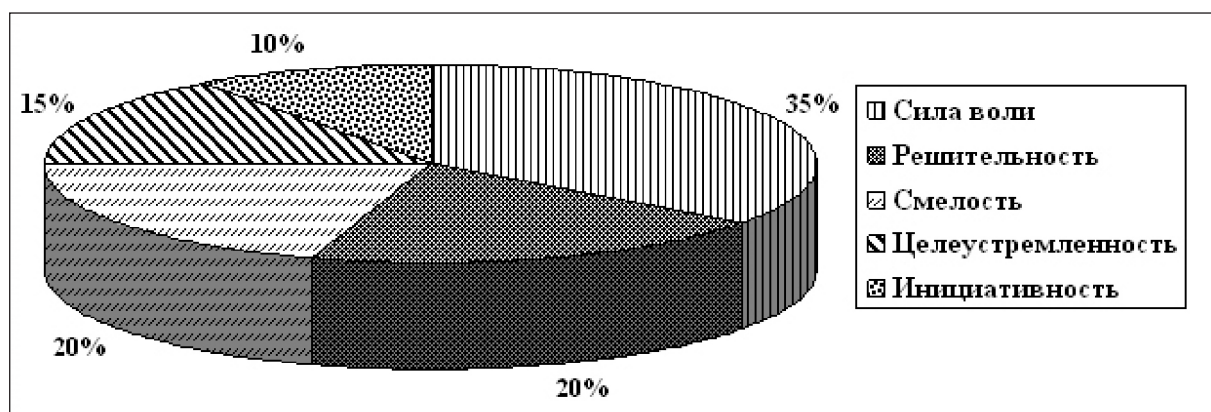


Рисунок 2 – Распределение профессионально-важных волевых качеств по степени значимости

Профессионально-важные физические и волевые качества, выявленные в процессе анкетирования специалистов сферы туризма, легли в основу разработки профессиографической характеристики их деятельности (таблица).

Таблица – Профессиографическая характеристика двигательной деятельности специалистов сферы туризма и гостеприимства

Признаки и факторы профессиональной деятельности	
Перечень	Описание
Профессиональные вредности и болезни	Психоэмоциональная напряженность, нарушение функций речевого и опорно-двигательного аппарата, заболевания нервной системы, снижения остроты зрения и слуха
Профессиональные знания	Специалист сферы туризма и гостеприимства должен знать: особенности организации и проведения туристского похода; специфику составления маршрута туристского похода; основные положения техники безопасности в туристском походе; особенности оказания доврачебной медицинской помощи в походе; профессиональные заболевания, профессионально-важные качества
Профессионально-прикладные умения и навыки	Специалист сферы туризма и гостеприимства должен уметь: разрабатывать маршрут туристского похода; передвигаться по экологическим, рекреационным маршрутам; обустанавливать туристский бивак; вязать узлы, используемые в туристских походах; преодолевать естественные и искусственные препятствия; ориентироваться на местности; оказывать доврачебную медицинскую помощь пострадавшему; лазать, работать на высоте, передвигаться по ограниченной опоре
Профессионально-важные физические качества	Быстрота (быстрота реакции на неожиданно возникающие обстоятельства, адекватное реагирование в экстремальных ситуациях, требующих срочных двигательных действий); выносливость (движение по маршруту и преодоление препятствий без снижения темпа передвижения); ловкость (ориентирование в пространстве, удержание равновесия при преодолении препятствий с ограниченной опорой, приспособление к изменяющимся ситуациям); сила (преодоление сложных участков маршрута, перенос туристского снаряжения); гибкость (выполнение движений, требующих проявления высокой подвижности в плечевом, тазобедренном, коленном и голеностопном суставах)
Профессионально-важные волевые качества	Сила воли, решительность, смелость, целеустремленность, инициативность.

Профессиографическая характеристика определяет:

- профессиональные вредности и болезни;
- профессиональные знания;
- профессионально-прикладные умения и навыки;
- профессионально-важные физические качества;
- профессионально важные волевые качества.

Таким образом, следует отметить, что разработанная профессиографическая характеристика двигательной деятельности специалистов сферы туризма, будет способствовать преимущественному развитию профессионально-важных физических и волевых качеств, к которым предъявляются повышенные требования в процессе обучения и освоения будущей профессии.

1. Жуков, М.Н. Содержание и методика профессионально-прикладной физической подготовки учителей-предметников в педагогических вузах: автореф. дис. ... канд. пед. наук: 13.00.04 / М.Н. Жуков; РНИИФК. – М., 1993. – 20 с.

2. Загорский, Б.И. Профессионально-прикладная физическая подготовка в советской системе физического воспитания: метод. разработка для студентов институтов физической культуры / Б.И. Загорский. – М., 1981. – 30 с.

3. Ильинич, В.И. Профессионально-прикладная физическая подготовка студентов вузов: научно-методические и организационные основы / В.И. Ильинич. – М.: Высш. школа, 1978. – 144 с.

4. Кабачков, В.А. Профессиональная физическая культура в системе непрерывного образования молодежи: науч.-метод. пособие / В.А. Кабачков, С.А. Полиевский, А.Э. Буров. – М.: Советский спорт, 2010. – 296 с.

5. Кудрицкий, В.Н. Профессионально-прикладная физическая подготовка: учеб. пособие / В.Н. Кудрицкий. – Брест: БГТУ, 2005. – 276 с.

6. Михневич, О.А. Профессионально-прикладная физическая подготовка студентов гуманитарных вузов: метод. пособие / О.А. Михневич. – Минск, 1993. – 16 с.

7. Платонов, К.К. Вопросы психологии труда / К.К. Платонов. – 2-е изд., доп. – М.: Медицина, 1970. – 284 с.

8. Раевский, Р.Т. Профессионально-прикладная физическая подготовка студентов высших учебных заведений: учеб.-метод. пособие / Р.Т. Раевский, С.М. Канишевский. – Одесса: Наука и техника, 2010. – 380 с.

9. Анализ показателей физического развития студентов Института туризма на начальном этапе профессионально-прикладной физической подготовки / О.В. Романова [и др.] // Международная научно-практическая конференция «Опыт и современные технологии в сфере физической культуры, спорта и туризма», 5–6 июня 2009 г.; редкол.: М.Е. Кобринский (гл. ред.) [и др.]. – Минск: БГУФК, 2009 г. – С. 194–196.

ПРОБЛЕМЫ И НАПРАВЛЕНИЯ СОВРЕМЕННОГО ОБРАЗОВАНИЯ В СФЕРЕ ТУРИЗМА

О.В. Романова, Е.Б. Комар, Т.Т. Ковалев,

Институт туризма Белорусского государственного университета физической культуры,
Республика Беларусь

Туризм является важной сферой деятельности человека, причем его значение возрастает год от года. Однако научное осмысление проблемы современного образования в сфере туризма намного отстает от ускоренных темпов развития туризма, что создает немало трудностей как для руководителей, так и простых работников этой перспективной отрасли экономики. С другой стороны, туристическое образование, переживающее сегодня в Республике Беларусь настоящий бум, часто носит спонтанный характер и наглядно показывает отсутствие связи между потребностями туризма и реальной подготовкой кадров [1, 2].

Туристическая отрасль в Беларуси развивается стремительными темпами и для работы в этой сфере уже недостаточно просто решить заниматься туризмом, а после этого ждать высоких доходов и мгновенного успеха. Без специализированного образования, без постоянного профессионального совершенствования сегодняшние реалии и высокая конкуренция просто не позволят непрофессиональным туристическим структурам работать и развиваться [3].

Интеграция образования и науки в современных условиях немыслима без внедрения в учебный процесс инновационных технологий, основанных на передовых достижениях науки и техники. Такие технологии находят широкое применение в процессе подготовки специалистов для сферы туризма в Институте туризма учреждения образования «Белорусский государственный университет физической культуры».

Совершенствование учебного процесса в интересах подготовки специалистов, отвечающих требованиям современности, предопределяет необходимость использования новых технологий обучения, элементы которых вводятся в учебный процесс систематизированно, на основе единой методологии. Эта методология заложена в концепцию построения общеинститутского учебно-методического комплекса. Основное внимание при этом фокусируется на создании необходимых организационно-педагогических условий для оптимизации учебного процесса, использовании новых подходов и форм обучения [4].

Процесс подготовки специалистов в этом плане совершенствуется по следующим основным направлениям:

- 1) введение специальных интегрированных дисциплин;
- 2) обучение в рамках стандартных компьютерных дисциплин современным программным средствам;
- 3) взаимная интеграция компьютерных и специальных дисциплин;
- 4) организация практических занятий с компьютерной поддержкой;
- 5) использование педагогических программных средств различных классов;

б) активизация процесса обучения с помощью компьютерных деловых и имитационных игр [5].

Быстрые темпы развития туристической индустрии в Беларуси обусловили появление большого количества учебных заведений, занимающихся подготовкой кадров для сферы туризма. Однако уровень подготовки специалистов по многим аспектам не соответствует требованиям, предъявляемым к работникам туристической сферы как у нас в стране, так и за рубежом. Туристическая индустрия нуждается в квалифицированных кадрах [3].

Проблемы туристического образования в Республике Беларусь. Уже в течение длительного времени туристический потенциал нашей страны не подвергается сомнению. Сделано уже достаточно многое для того, чтобы туризм стал одной из основных отраслей хозяйства. Однако по-прежнему существует значительное количество проблем, не позволяющих полностью реализовать имеющийся потенциал [4, 5].

На сегодняшний день одной из наиболее острых проблем в высшем профессиональном туристическом образовании является обеспечение качества подготовки специалистов для туристической индустрии. В этом процессе определяющую роль по праву отводят государственным образовательным стандартам (ГОС). Но такую важную роль ГОС могут играть только в том случае, если они всесторонне обоснованы с научной точки зрения и детально проработаны. Вместе с тем следует отметить, что, к сожалению, процессу разработки и введения в действие ГОС до сих пор свойственны такие недостатки, как:

- информационная закрытость не только перед широкими слоями общества, но и перед профильными вузами;

- замкнутость на собственном учебно-методическом объединении;

- слабая связь с массовой вузовской общественностью;

- отсутствие «предстандартных» маркетинговых исследований и др.

Процесс введения ГОС должен обязательно включать стадии экспертной оценки, апробации, коррекции, мониторинга процесса вхождения стандарта в реально функционирующую норму качества образования, получения систематической обратной связи.

Среди большого количества существующих проблем туристического образования можно выделить несколько основных, которые в значительной степени влияют на качество подготовки специалистов:

1. Часто учебные заведения не в силах обеспечить качество образования из-за наличия системы коммерческого обучения. Для коммерческого учебного заведения студенты являются основным источником дохода, и потеря любого из них влечет значительные финансовые потери. Поэтому во многих вузах и сузах понятие «учебная дисциплина» несколько нивелировано снисходительным отношением управленческого персонала и преподавателей к студентам. Это, соответственно, сказывается на отношении последних к собственным знаниям и на том, что лишь небольшая часть выпускников может работать по специальности.

2. Туристическое образование дается преимущественно на уровне среднего специального, которого не всегда достаточно с точки зрения современных требований к квалификации работников отрасли.

3. На сегодняшний день существуют значительные проблемы с преподавательскими кадрами в области туризма. Кажущаяся простота и привлекательность туристического образования и преподавания по данному направлению обусловили то, что не все из участвующих сейчас в процессе образования преподавателей имеют реальную готовность к работе. Квалифицированный преподавательский состав – это то, что необходимо учебному заведению в условиях отсутствия четко разработанной методологической и учебной базы туристического образования. Именно от готовности и профессионального мастерства преподавателя зависит качество подготовки студентов [3, 4].

4. Значительные проблемы учебные заведения испытывают с обеспечением учебного процесса практическими материалами. Отсутствуют практические материалы, компьютерные модуляторы работы туристических предприятий и многие другие, совершенно необходимые в процессе обучения элементы. Библиотеки как самих учебных заведений, так и публичные, не обеспечены достаточным количеством литературы по туризму. В основном вся литература российских изданий.

5. Кроме того, значительные проблемы испытывают студенты при прохождении производственной и преддипломной практики, написании курсовых и дипломных научных работ. Это обусловлено тем, что предприятия отрасли в большинстве своем не принимают молодых специалистов и не дают им возможности в реальных условиях применить свои теоретические знания. От сотрудничества отказываются и некоторые органы государственного управления, чья работа должна быть направлена на координацию деятельности отрасли и поиск ресурсов, в том числе трудовых.

6. В последнее время наблюдается тенденция отъезда наших студентов на учебу за рубеж. Однако надо отметить, что зарубежная система образования не адаптирована к нашим условиям и действует на основе иных принципов, не позволяющих применять студентам полученные знания в российской практике. Результатом становится то, что нарушается заложенная в модель образования системность и, возвращаясь из-за рубежа, студенты значительно отстают от своих коллег и с трудом наверстывают упущенное. Кроме того, учеба за рубежом зачастую приводит к ориентации студента на работу за границей, что ведет к потере нашей страной квалифицированных кадров [2].

Все указанные проблемы носят общий характер и их можно конкретизировать, рассматривая условия существования каждого отдельно взятого учебного заведения.

В целом же можно отметить, что данные проблемы не являются неожиданными возникшими. Тем не менее, значение, которое придается развитию туризма в Беларуси, требует проведения системного анализа положения дел в сфере туристического образования и разработки комплекса мер по ее совершенствованию.

1. Вишневский, М.И. Введение в философию образования: пособие / М.И. Вишневский. – Могилев: МГУ, 2002. – 160 с.
2. Вишневский, М.И. Актуальные проблемы современной философии образования: курс лекций / М.И. Вишневский. – Могилев: МГУ, 2003. – 162 с.
3. Дурович, А.П. Организация туризма: учеб. пособие / А.П. Дурович, Н.И. Кабушкин. – Минск: Новое знание, 2003. – 632 с.
4. Кручинина, А.А. Проблемы образования в сфере туризма / А.А. Кручинина // III Общероссийская студенческая электронная научная конференция «Студенческий научный форум» [Электронный ресурс]. – 2011. – Режим доступа: http://www.tourlib.net/statti_tourism/kruchinina.htm. – Дата доступа: 25.02.2012.
5. Туризм в Республике Беларусь: состояние и перспективы развития // Материалы республиканской научно-практической конференции [Электронный ресурс]. – 2009. – Режим доступа: <http://www.lib.grsu.by/library/data/resources/catalog/156418-330150.pdf>. – Дата доступа: 15.01.2012.

РОЛЬ ИНОСТРАННЫХ ЯЗЫКОВ В РАЗВИТИИ МЕЖДУНАРОДНОГО ТУРИЗМА И МЕЖКУЛЬТУРНЫХ КОММУНИКАЦИЙ

Т.А. Соловей,

Институт туризма Белорусского государственного университета физической культуры,
Республика Беларусь

Мы живем в XXI веке, веке международных путешествий и глобализации. Сегодня в мире существует порядка двух сотен государств. Каждая страна имеет свою собственную историю, культуру и язык. На сегодняшний день в мире имеется огромное число языков и диалектов, но лишь несколько – наиболее важные и имеют силу. В первую очередь, это английский, французский, испанский, португальский, русский и арабский.

Иностранные языки – это один из самых важных факторов в развитии международного туризма. Все вышеперечисленные языки, кроме арабского являются основными языками Европы, а английский, французский, русский – основные языки Организации Объединенных Наций. Около 60 % населения Африки говорит на английском, французском и арабском, а общее количество языков и диалектов на всем африканском континенте превышает тысячу. Испанский и португальский – официальные языки стран Латинской Америки. Азия – это регион мира, где проживает примерно 60 % населения нашей планеты. Это континент контрастов. Здесь расположены 47 государств, население которых говорит более, чем на ста языках, включая английский, французский и арабский. В то же самое время это – регион экзотического туризма, куда многие люди из разных стран мира приезжают отдохнуть каждый год.

Что означает понятие «международный туризм»? Международный туризм – это система путешествий и туристских обменов, то туристские движения из одной стороны в другую.

Огромное число людей, которые не желают путешествовать и предпочитают оставаться дома, все же вынуждены использовать в своей повседневной речи множество иностранных слов. Сегодня широко распространены понятия: интернет-кафе, фитнес-клуб, шоу, супермаркет, департамент, офис, коттедж, таун-хаус, менеджер и т.д.

В индустрии туризма и гостеприимства также распространена иностранная лексика, в том числе английская и особенно французская, по той причине, что французская модель гостеприимства является старейшей и наиболее авторитетной из всех существующих. Так, широко распространены термины: «консьерж», «портье», «ресепшн», «дормен», «ресторан», «лобби-бар», «холл», и многие другие.

При трудоустройстве в отеле одним из первых вопросов, которые задают претендентам, является вопрос о языках, на которых говорит потенциальный работник, те же вопросы задают и при трудоустройстве в туристскую компанию, престижный ресторан.

Даже если гостем ресторана не является иностранец, все же необходимо знать названия всех блюд и напитков, подаваемых в ресторане, а многие из них имеют иностранные наименования. Таким образом, даже официант в хорошем ресторане должен владеть одним, а лучше двумя иностранными языками на хорошем уровне.

Иностранный язык для специалистов любой профессии – это средство коммуникаций с представителями иной культуры. Это особенно важно для специалистов в сфере международного туризма и гостеприимства, которым ежедневно приходится иметь дело с людьми из разных стран мира.

Сегодня не требуется убеждать кого-либо в необходимости обучения межкультурным коммуникациям. Межкультурные коммуникации – это общение людей из разных стран мира и разных континентов на одном языке. Свобода движения, общения и обмена информацией объединяет миллионы людей разных национальностей во всем мире.

Таким образом, иностранные языки являются одним из самых важных факторов в развитии международного туризма. Сегодня существует огромное число языков и диалектов, но если турист будет знать самые массовые из них, то он сможет путешествовать практически во все страны на все континенты, сможет понимать жителей этих государств и быть понятым местным населением.

Но, с другой стороны, если туризм – это глобальное явление, то почему бы не создать новый искусственный язык, который бы был легок в изучении, включал бы в себя особенности других языков и который мог бы по достоинству занять место основного международного языка, хотя бы в сфере туризма. Это мог бы быть основной язык международного туризма, наряду с английским.

В конце XIX века такой язык был создан. Это был язык эсперанто. Свое название он получил в честь своего изобретателя. Человек, сотворивший первый в мире искусственный язык, – Людвиг Заменгоф, варшавский врач-окулист, псевдоним которого Эсперанто. Эсперанто строится на международной лексике, главным образом германоязычной и славянской. Первоначально это был всего лишь небольшой язык местного масштаба. Но позже он приобрел большую популярность и широко применялся в Англии, Франции, Польше и других странах. В основе алфавита эсперанто лежит латиница плюс 6 диакритических знаков. Ударение падает всегда на второй слог с конца. Решающую роль в словообразовании играют аффиксы, поскольку они позволяют многократно увеличить количество слов. К примеру, слово “granda” значит “большой” а «malgranda» – соответственно, «маленький»; «patro» - «отец» а «patrino» - «мать». Грамматика эсперанто намного проще грамматики любого другого естественного языка. В эсперанто существует 11 окончаний, которые обозначают соответствующую часть речи. Так окончание «o» говорит нам о том, что это имя существительное, «a» – прилагательное, или «i» – глагол. Поэтому выражение «malgranda birdo» переводится как «маленькая птица» а «malgrandaj birdoj» «маленькие птицы», поскольку буква «j» означает, что это множественное число, и т. д.

В начале XX века эсперанто превратился из маленького славянского в крупный международный язык. Он нашел свое применение в различных сферах деятельности. Число слов увеличилось с 927 в 1887 году до 16000 в 1970. На эсперанто было опубликовано большое количество книг, в основном об античности и переводы на эсперанто сделаны более чем с 50 языков. Высшим руководящим органом эсперанто является Академия Эсперанто, основанная в 1908 г. Крупнейшая международная ассоциация эсперантистов – Универсальная Ассоциация Эсперантистов. Ассоциация эсперантистов имеет свои отделения более чем в 60 странах мира. В 1987 г. ЮНЕСКО призвала все мировое сообщество отметить 100-летний юбилей языка. Имеются отделения эсперанто и на постсоветском пространстве: в Москве, в Санкт-Петербурге, во Владимире, в Новгороде и других крупных городах. А в декабре 1991 г. был создан Российский Союз Эсперантистов.

Но, несмотря на все свои достижения, эсперанто не стал языком международного общения во второй половине XX века. Место глобального языка занял английский, который и является основным языком общения в сфере туризма и гостеприимства.

РОЛЬ ВЕРБАЛЬНОГО ОБЩЕНИЯ В ТУРИСТИЧЕСКОМ БИЗНЕСЕ

А.И. Строганов,

Институт туризма Белорусского государственного университета физической культуры,
Республика Беларусь

Туризм является одной из наиболее выраженных контактных сфер общества. В контакт с потребителями туристических услуг вступают работники туристических агентств, гостиниц, оздоровительных учреждений, экскурсоводы, создатели анимационных программ... Абсолютное большинство таких контактов происходит на вербальном деловом уровне, в виде речевого общения.

Речь человека содержит колоссальный потенциал выразительных средств, зная и понимая которые, мы приобретаем мощное оружие – способность приводить людей в действие, создавать атмосферу увлеченности и желание посетить тот или иной туристический объект.

В США, например, обучение искусству речи, хорошей дикции, использованию интонаций, постановке тембра голоса, начинается со второго класса. Там человек просто немыслим без умения презентовать самого себя, вести полемику, аргументированно отстаивать свою точку зрения.

К сожалению, во времена Советского Союза грамотно и выразительно разговаривать, проводить выступления и служебные переговоры, развивать художественные возможности голоса было не принято. В учебных заведениях не обучали искусству речи, за исключением специфических: театрально-художественный инсти-

тут (сегодня это Белорусская государственная академия искусств), и Институт культуры (в настоящее время – Белорусский государственный университет культуры и искусства). В основном искусство речи сводилось к искусству пропаганды. Не лучшим образом обстоит дело и сегодня. Вялая, невыразительная речь абсолютного большинства студентов на семинарских занятиях и во время защиты дипломных проектов наводит на грустные размышления о перспективности таких специалистов в высококоммуникативной сфере деятельности – туризме.

В связи с этим кажется обоснованным рассмотрение университетом вопроса об открытии на его базе спецкурса или, по крайней мере, факультатива по теории и практике вербального общения. Такой курс, несомненно, будет полезен будущим экскурсоводам, аниматорам, работникам туристических предприятий. Программа такого курса могла бы включать занятия по проведению выступлений, служебных переговоров, развитию голоса.

Наша речь может быть как мостом в общении между людьми, так и непреодолимой преградой. Сегодня специалисту любой сферы деятельности, и особенно сферы туризма, необходимо владеть словом; убедительно, ясно выражать свои мысли; уметь при помощи речи создавать положительные эмоции у туристов. Грамотная, аргументированная речь, свободное, центральное звучание голоса представителя туристического агентства способствуют продаже туров и, следовательно, положительному имиджу туристической организации.

Специалисты считают, что любой бизнес на 80 % состоит из вербального общения людей – с партнерами, коллегами, клиентами... Туристический бизнес здесь не исключение. Но умеем ли мы говорить?

Ученые считают, что к 18 годам жизни человек в среднем успевает произнести около 60 миллионов слов. Но означает ли это, что он правильно и логично говорит? Конечно же, нет. От молодых и достаточно зрелых в возрастном отношении людей можно постоянно слышать высказывания: «Отксерить» (то есть сделать ксерокопию документа), «Сколько времени?» (то есть, «который час»), «Я выходная» (то есть «у меня выходной»), «Извиняюсь» (извиняю себя) вместо «извините». К тому же речь многих людей содержит слованаполнители: «скажем так», «так сказать», или звуки с целью выиграть время для обдумывания следующих фраз: «э – э – э...», «а – а – а...»

К сожалению, примеры безграмотной речи звучат и в средствах массовой информации. В силу этической причины не хочется называть авторов таких изречений. Но фразы некоторых политиков, руководителей, передовиков производства заставляют задуматься, а то и просто рассмеяться:

«Голова встала дыбом»;

«Я раньше этого не говорил. Иначе вы бы признали меня идиотом. А это так и есть»;

«Я был с ним во все его критические дни»;

«Мы – правительство. Нам думать не надо».

Это не выдуманные примеры, а реальные высказывания весьма авторитетных людей.

Сегодня прослеживается и такая тенденция, как отсутствие в речи большинства людей выразительных средств общения. Такие характеристики голоса, как тембр, дикция, интонация для большинства молодых людей просто незнакомы. А ведь голос – это звуковое оформление речи. Он является основным показателем коммуникации и психологического состояния человека. Голосом, точнее, звуком одобряют, восхищаются, выражают упрек, удивление. Благодаря эмоциональным возможностям голоса в разговоре мы можем вызывать доверие, влиять на настроение собеседника. Голос – существенная составляющая речи руководящих работников, специалистов, чья деятельность связана с интенсивным общением. Роль голоса для работников сферы туризма трудно переоценить. Экскурсовод, аниматор, турагент просто обязаны использовать в своей работе такое мощное выразительное средство вербального общения, как голос. Он создает соответствующий климат беседы. Хорошо поставленный голос тонизирует нервную систему как слушателей, так и самого говорящего, придает уверенность, способствует хорошему настроению. Плохо поставленный голос, наоборот, способен насторожить, вызвать недоверие или даже агрессию. Голос, как справедливо подметил специалист в области речи Г.В. Трофименко, как внешность, манера держаться. Но если внешность со временем прощается, к ней привыкают, то к звучанию голоса, например, экскурсовода, люди более критичны. Умение владеть голосом – важнейший показатель убедительности речи.

Понятие «голос» не однозначно. Оно включает в себя такие компоненты, как:

– дикция (отчетливость произношения). Чем отчетливее человек проговаривает слова, тем выше внешняя культура его речи, а значит, и авторитет;

– тембр (звуковая окраска голоса). Приятные ощущения от голоса прежде всего соотносятся с тембром. Выразительный тембр звучания – непростая задача. Создать приятный тембр голоса не всегда означает привить этот тембр, сделать его осознанной потребностью. Человек не должен вспоминать о том, что надо позаботиться о тембре голоса и по заказу «включать» нужный ему тембр. Выработанный, приятный тембр голоса должен стать привычкой в профессиональной деятельности специалиста сферы туризма;

– интонация – отношение к предмету разговора. Среднестатистический человек в своей речи использует 4–5 интонаций голоса, что, безусловно, обедняет выразительность, эмоциональность его голоса. А ведь именно интонациям в речевом общении доверяют больше всего. Обилие интонаций в речи, например, экскурсовода,

однозначно способствует осмыслению и запоминанию материала. Не использовать этот эффективный инструмент вербального общения – непростительная ошибка.

– сила голоса. Это не децибелы, не крик. Сила голоса заключается в способности посылать звук своего голоса в заданном направлении. Узконаправленность, посыл звука – вот что означает сила голоса в профессиональном понимании. Вы можете кричать, но вас не услышат, или не захотят услышать, так как крик раздражает, ассоциируется со слабостью аргументов и неуравновешенной нервной системой крикуна. Напротив, можно произнести фразу тихо, даже шепотом, но так, что ее услышат на значительном расстоянии. Уметь направлять звук своего голоса – поистине оружие, способное краткосрочно, точно воздействовать на людей.

Мы перечислили далеко не все особенности речи и голоса, но даже этого достаточно для понимания роли грамотного вербального общения, в том числе – в сфере туризма.

Подготавливая специалистов туризма, нельзя забывать и о таком направлении обучения студентов, как вербальное деловое общение. Считаем, что успешное развитие туризма в республике во многом зависит от способности работников отрасли строить свою речь грамотно, выразительно, убедительно.

ФОРМИРОВАНИЕ КУЛЬТУРОЛОГИЧЕСКОЙ КОМПЕТЕНТНОСТИ СТУДЕНТОВ СПЕЦИАЛЬНОСТИ «ТУРИЗМ И ГОСТЕПРИИМСТВО»

И.В. Филипович, канд. пед. наук, доцент,

Институт туризма Белорусского государственного университета физической культуры,
Республика Беларусь

Каждое поколение людей, будучи творцами общественного прогресса, осваивает опыт предыдущих поколений, обогащает приумножает его и транслирует потомкам в контексте определенных идейных и ценностных установок, провозглашаемых тем или иным сообществом. Идейная основа современного общества, базируясь на принципах гуманизма, предполагает целостное, универсальное становление человеческой личности и создание необходимых условий для реализации всех потенций человека и достижения гармонии в социально-экономической и духовной сферах жизни.

В качестве идеала, регулятивного образца служат общечеловеческие ценности, имеющие значение для всего человечества, а не для ограниченного круга людей (социальные группы, государства), и имеющие особенности выражения в зависимости от типа цивилизации, религиозных традиций, культурно-исторического развития страны. Это ценности, носящие абсолютный характер, вечные ценности, за которыми стоят многовековой опыт и культурная память человечества [1].

Для культуры туристической деятельности характерны присущие ей нормы или принципы, которые регламентируют, определяют и устанавливают закономерности внутри самой деятельности. Среди них выделяются принципы, постулирующие свободу выбора времени, места и формы путешествия; межкультурности или интеркультурности, что предполагает формирование установок на межкультурную коммуникацию; подлинности туристического продукта на основе культурного наследия и пр.

В узком смысле культура туристической деятельности связана с деятельностью туристических предприятий и организаций, являющихся поставщиками «культурных благ» – условий и услуг, предоставляемых для удовлетворения гражданами своих культурных потребностей в сфере туризма [2]. Профессиональные или корпоративные нормы и правила складываются на уровне отрасли, корпорации, отдельной туристической фирмы и представляются в виде кодекса или свода служебных обязанностей и установок в деятельности. Правила, связанные с осуществлением туристической деятельности, формулируются на уровне конкретного туристического тура или туристической группы, отдельного туриста. К таким правилам, прежде всего, можно отнести всевозможные ограничения и запреты, связанные с соблюдением физического и личностного комфорта и безопасности. Кроме того, правила туристической группы или отдельного туриста формируются с учетом целого ряда особенностей, характерных для страны посещения: социальных и этнокультурных, экономических и политических, климатических и географических. Таким образом, мы находим ряд соответствующих признаков и составляющих в определении культуры туристической деятельности как собственно культуры.

Безусловную значимость для студентов, особенно готовящих себя к профессиональной деятельности в сфере туризма, представляет полнота знаний об историко-культурном наследии мира и Беларуси в частности, поскольку культурный туризм в нашей стране имеет большие перспективы для дальнейшего развития. Тенденции развития мирового туризма показывают нарастание интереса к культурному туризму, объектом туристского интереса здесь служит разнообразие памятников, относящихся к материальному и духовному культурному наследию.

В рамках освоения ряда учебных дисциплин социально-гуманитарного цикла у студентов последовательно формируется особый вид компетентности в сфере культуры туристической деятельности. Под последним понимается, по определению В.С. Степина, культура в промежуточном смысле, т. е. «совокупность дости-

жений общества и система ценностей», основанных на деятельности по выявлению, сохранению, созданию, распространению и освоению культурных благ в сфере туризма. Идеалы и ценности культуры туристической деятельности представлены в Манильской декларации по мировому туризму, где отражены основные функции туризма как составляющие жизни, культуры и общества [3]. В ходе последовательного изучения таких учебных дисциплин, как «Введение в туризм», «Краеведение», «История путешествий и туризма», «Теория и история мировой культуры» у студентов первого курса формируется не только представление о функциях туризма, но и складывается структура в понимании самой культуры этого социального феномена. Так, итогом семинарского занятия по теме «Культурно-познавательный туризм» учебной дисциплины «Теория и история мировой культуры» является построение схемы, отражающей особенности культуры туристической деятельности (таблица).

Таблица – Схема «Культура туристической деятельности»

1.	Идеалы туризма	
2.	Ценности туризма	
3.	Нормы туристической деятельности	
4.	Правила туристической деятельности	

В режиме работы малых творческих групп (4–5 человек) студенты обсуждают и вносят в правую часть этой схемы необходимые элементы, характеризующие составляющие культуры туристической деятельности. Процесс выявления и анализа данных составляющих связан не только с их рефлексией, но и осмысленным освоением дефиниций этого вида профессиональной культуры. Итогом работы малых групп является групповая рефлексия, результатом которой и становятся грамотно представленные идеалы и ценности, нормы и правила туристической деятельности.

Как **идеалы** туристической деятельности студентами первокурсниками рассматриваются следующие понятия:

- баланс разума и окружающей среды (удовлетворение духовных, физических и культурных потребностей без нанесения вреда мировому природно-культурному наследию), на что указали 52 % первокурсников;
- доступный и качественный турпродукт (максимальное количество удовольствия за минимальную плату), что отметили 35 % студентов;
- довольный турист (круглогодичность, внесезонность и разнообразность) – 10 %.

3 % студентов выделили как идеал туристической деятельности «Возможность каждого познавать мир – туризм без преград», но 2 % студентов-первокурсников отметили, что «идеалов в туризме не существует, а существует стремление к ним».

Следует отметить, что данные умозаключения студентов первого курса совпадают с известным определением идеалов туризма, изложенным в Манильской декларации.

В определении **ценности** туристической деятельности студенты первого курса исходили из следующего понимания: «Ценность – это то, что мы боимся потерять, нечто значимое для нас, а следовательно, нечто ценное в самом туризме». К ценностям культуры туристической деятельности большинство студентов первого курса относят:

- здоровье с точки зрения восстановления сил и жизненного потенциала – 37 % студентов;
- отдых и умиротворение от созерцания прекрасного, впечатления необычности, нетрадиционности, нестандартности, отличности от собственной культуры, что в целом и составляет понятие «счастье», – 32 % студентов;
- свободу перемещения и лабильность личности – 11 %;
- саму жизнь в плане безопасности и полноты ощущений – 9 %.

В перечень ценностей попали также и желаемые для каждого человека позитивные переживания и ощущения: восторг и радость новых открытий (6 %), свершение мечты (5 %).

Как **нормы** туристической деятельности студентами были названы:

- высокие стандарты качества предоставляемых услуг – 37 %;
- санитарные, юридические и иные нормы деятельности, важные для туризма – 25 %;
- нормы поведения (этикет, общение, взаимодействие с другой культурой) – 23 %;
- нормы общественной морали – 15 %.

Таким образом, большинство первокурсников понимают соблюдение норм туристической деятельности как выполнение обязательств по предоставлению комфорта со стороны туристического предприятия.

Наиболее сложным для студентов первого курса было формулирование **правил** туристической деятельности, которые понимались в большинстве случаев как корпоративные нормы: вежливость, внимание, позитивность, привлекательность и пр. Но, тем не менее, правила были оформлены через следующие сентенции:

- корпоративная этика и правила работы в офисе – 46 %;
- «клиент всегда прав» – 31 %;

- учет индивидуальных особенностей и пожеланий клиента – 12 %;
- уважение любого клиента, каким бы он ни был – 11 %.

Итак, можно констатировать, что основные понятия культуры туристической деятельности представлены у студентов адекватно, сформированы грамотно и последовательно. Формирование в рамках вузовского обучения не только высококлассного специалиста, но прежде всего полноценной личности гражданина невозможно без изучения мировой и национальной, профессиональной и народной культуры, природного наследия своей страны.

Таким образом, в рамках комплексного подхода, осуществляемого в преподавании ряда таких учебных дисциплин, как «Введение в туризм», «Краеведение», «История путешествий и туризма», «Теория и история мировой культуры», а так же «Культурология», студентами последовательно усваивается материал, рассматривающий (с позиций каждой из учебных дисциплин) особенности туризма и туристической деятельности как части человеческой культуры, культуры нашей страны. Данное исследование, проведенное на выборке в 102 человека – студентов первого курса 2010/2011 учебного года, – также будет продолжаться в текущем учебном году на выборке студентов набора 2011 года для проведения сравнительного анализа сформированности понятий культуры туристической деятельности.

1. Жданов, Ю.А., Давидович, В.Е. Сущность культуры / Ю.А. Жданов, В.Е. Давидович. – Ростов н/Д.: Феникс, 2005.
2. Степин, В.С. Эпоха перемен и сценарии будущего / В.С. Степин. – М.: Прогресс, 1997.
3. Манильская декларация [Электронный ресурс] / Бизнес и право. – Режим доступа: http://www.businesspravo.ru/.../DocumShow_DocumID_33268.html. – Дата доступа: 7.02.2011.

ПРОЕКТНАЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ СТУДЕНТОВ КАК СРЕДСТВО АКТИВИЗАЦИИ УЧЕБНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

И.В. Филипович, канд. пед. наук, доцент,

Институт туризма Белорусского государственного университета физической культуры,
Республика Беларусь

Одним из эффективных средств решения учебных задач, поставленных высшей школой, является проектный метод. Учебный проект – это творческая форма учебной деятельности студентов, направленная на создание (реконструкцию) некоего продукта на основе имеющихся теоретических знаний.

Метод проектов возник во второй половине XIX века в сельскохозяйственных школах США, затем был перенесен в общеобразовательную школу. Джон Дьюи, американский философ-идеалист, один из ведущих представителей прагматизма, ставил целью сделать жизнь учащегося содержательной, насыщенной творческим трудом и существенными достижениями, предлагая для этого «строить обучение через его целесообразную деятельность, ориентируясь на его личный интерес и практическую необходимость полученных знаний в дальнейшей жизни» [1, с. 58]. Опыт и знания ученик должен приобретать в ходе исследования проблемной, обучающей среды, изготовления различных макетов, схем, производства опытов, нахождения ответов на спорные вопросы и в целом – восхождения от частного к общему. Дж. Дьюи, предлагая свой подход, искал способы приобретения знаний, сообразные природе познания, пытаясь перестроить современное ему школьное обучение в школьную систему, обучающую «путем делания» [1, с. 58].

Время выделило достоинства и недостатки теории Джона Дьюи. Несомненная ценность метода состоит в проблемном изложении материала, активной, самостоятельной позиции учащегося, связи обучения с жизнью, деятельностью, трудом. Ценность данного метода обучения для высшей школы и в современном прочтении нам видится в возможности освоения студентами способа самостоятельного познания, превращаемого в творчество, поиск нового.

Подробнее метод проектов разработан в трудах последователя и ученика Джона Дьюи профессора педагогики учительского колледжа при Колумбийском университете Уильяма Херда Килпатрика, который писал, что при использовании метода проектов нет места заранее составленной методистами учебной программе, «только педагог в процессе работы вместе с учеником должен создавать программу учебных действий» [2, с. 24]. Такой подход отрицал и классно-урочную схему. Процесс обучения предлагалось строить на основе расширения и обогащения индивидуального опыта учащегося, темы при этом следовало брать из окружающей действительности. Главная идея метода проектов по Килпатрику состоит в следующем: с большим увлечением выполняется учащимся та деятельность, которая выбрана им самим свободно и строится не в русле учебного предмета. Лозунг этой деятельности «Все из жизни – все для жизни» [2, с. 24]. Таким образом, проектом (по У.Х. Килпатрику) является любая деятельность, выполненная «от всего сердца», с высокой степенью само-

стоятельности группой учащихся, объединенных в данный момент общим интересом. *Каждый проект – это творчество, это личностное знание, он расскажет о своем создателе гораздо информативнее, чем безликая оценка.*

Условия создания учебного проекта в высшей школе различны. «Запуск» учебного проектирования, как правило, осуществляется на практическом занятии, где на основании предложенной начальной схемы в микрогруппах происходит определение замысла проекта, оформление идеи, последовательности ее воплощения. Далее проект переходит в условия управляемой самостоятельной работы студентов, где в группах или индивидуально продолжается разработка будущего продукта, его внешнее представление, структура, наполнение и пр.

Так, на семинарских занятиях в рамках учебной дисциплины «Теория и история мировой культуры», а также в ходе управляемой самостоятельной работы, студенты выполняют задание по созданию специального программного туристического продукта, основой для которого должны были стать гипотетические: региональный музей, малый исторический город или поселение, мемориальное или легендарное место, сенсационное открытие или уникальная реликвия и пр. Проекты выполняются на основе предложенного преподавателем плана, персонально и микрогруппами, на бумажных и электронных носителях. Каждый проект проходил презентацию, защиту и оценивание студенческой группой. Лучшие проекты были рекомендованы к участию в студенческих конференциях и конкурсах.

Рассмотрим результаты учебного проектирования, полученные в 2009/2010 учебном году. На основе анализа представленных 27 проектов были получены следующие результаты. 19 проектов были выполнены с привязкой к конкретным географическим точкам – городам, поселкам и деревням Беларуси, имеющим историческое, мемориальное или легендарное значение в историко-культурном потенциале нашей страны. Пять проектов были основаны на идеальной и почти неосуществимой концепции: для их реализации потребовались бы огромные финансовые средства, длительные сроки воплощения и даже изменение климата. Остальные три были вполне реалистическими и имели целью совершенствование деятельности уже существующих музеев или комплексов в малых городах Беларуси.

Большинство проектов было выполнено смешанными группами, совместно девушками и юношами (11 проектов), что благотворным образом отразилось на содержательном и финансовом обосновании проектов. Данные проекты были в большей степени связаны с восстановлением и развитием уже имеющихся исторических и мемориальных мест. Проекты, выполненные юношами, были связаны с военно-исторической, рыцарско-замковой тематикой, а также экстремальным туризмом (7 проектов). Продукты, созданные девушками, содержали идеи, связанные с детским и семейным туризмом, со сказочной, легендарной, развлекательной и оздоровительной тематикой (9 проектов). Интересно, что более смелыми по замыслам и прагматичными, относительно доходной части проекта, оказались девушки.

Приведем примеры наиболее интересных с точки зрения туристического продукта проектов.

Так, за основу развития историко-культурного и событийного программного туризма были взяты руины замка в Любче (Новогрудский район Гродненской области), замки Новогрудка и Гольшан; исторические места, связанные с восстанием К. Калиновского и Т. Костюшко. Ребята было предложено реконструировать данные территории (но без изменения руинной исторической части), создать комплексы наподобие европейских действующих средневековых замков-музеев, где воссоздать быт, ремесла, традиции ушедших веков. Данные проекты аналогичны уже существующим в Мирском и Лидском замках, но более насыщены в своей содержательной части. В проектах предусмотрена работа комплексов круглый год и отдельные весьма привлекательные для туризма события: рыцарские турниры, сезонные празднества, ярмарки ремесел и пр. Учтена была также и этническая привлекательность данных проектов для международного туризма.

Как продукт для семейных туров рассматривались проекты специализированного программного туризма, связанные с развлечениями («Музей современной фотографии», «Музей шоколада», «Музей-заповедник «Сказочный лес», «Музей нечисти и привидений», «Музей вышивки и вытинанки» и др.). В целях оздоровления и пополнения жизненных сил предлагались проекты: «Соляные пещеры», «Музей «Богатырский бор», «Белорусские Дубаи» и пр. Отдельные проекты были посвящены культурно-познавательному туризму, основанному на интересе к национальной кухне, знахарству, траволечению (фитотерапии). Так появились проекты «Музей национальной кухни «Корчма» в этническом стиле, «Музей знахарства и магии» с элементами язычества и мистики, «Белорусская травница» с фитоаптекой и фитобаром.

Часть проектов содержала уже хорошо продуманные, рациональные по содержательному наполнению и временным параметрам маршруты. Ребята учитывали все характеристики основного потока туристов и посетителей музеев (особенности возраста, образования и воспитания, доминирующие в массовой культуре интересы и пр.), а также оговаривали особенности осуществления специализированного программного туризма в различные сезоны года.

Одним из наиболее тщательно разработанных и интересных проектов этого года стал проект студентки тогдашнего 2-го курса Е.В. Худницкой «Музей цветочных легенд», который был представлен и красочной мультимедиа-презентацией, и текстом, и даже макетом здания музея. Интересно, что представленный учебный проект далее был представлен в образе виртуального музея. А эта идея была преобразована в более глубокий

проект – проект виртуального музея белорусской национальной культуры. Данный продукт был представлен на различных международных научно-практических конференциях, Республиканском конкурсе студенческих научных работ (где был отмечен как работа первой категории). Итак, в процессе учебного проектирования оформляется не только идея и ее теоретические обоснование, но и создается новый, оригинальный продукт.

В 2010/2011 учебном году в рамках учебной дисциплины «Теория и история мировой культуры» был разработан уже 51 проект, среди которых пять приняли участие в республиканском конкурсе студенческих работ и были отмечены как работы второй категории. Кроме того, учебное проектирование проявило себя как один из способов развить интерес студентов к теоретическому анализу, поиску обоснования новых видов туристической деятельности, участию в различного рода форумах, конференциях, обмену информацией в рамках межвузовских и международных проектов. Учебные проекты студентов факультета туризма и гостеприимства П.Ю. Булатого «По дорогам литвинского Предполесья» (2 курс), Е.А. Михеевой «Ностальгический туризм в Беларуси: организация и перспективы» (5 курс) были представлены на ряде международных конференций, где были отмечены как глубокие и детальные исследования, в целом представляющие собой готовый туристический продукт.

Проектный метод позволяет отойти от авторитарности в обучении, ориентирован на самостоятельную работу в сочетании с групповой организацией деятельности, что позволяет приобретать коммуникативные навыки и умения (умение работать в группах в разнообразных качествах, использовать широкие человеческие контакты, разные точки зрения на одну проблему). Это становится тем актуальнее, чем интенсивнее развиваются средства информационных коммуникаций, деловое и культурное сотрудничество между людьми – носителями разных культур мирового сообщества.

1. Дьюи, Дж. Реконструкция в философии; Проблемы человека / Дж. Дьюи; пер. с англ., послесл. и примеч. Л.Е. Павловой. – М.: Республика, 2003.

2. Педагогический энциклопедический словарь / под ред. Б.М. Бим-Бада. – М., 2003. – С. 365.

ТЕОРЕТИКО-ПРАКТИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ САМОСТОЯТЕЛЬНОЙ РАБОТЫ СТУДЕНТОВ В ОБРАЗОВАТЕЛЬНОМ ПРОЦЕССЕ ИНСТИТУТА ТУРИЗМА

Е.В. Фильгина, канд. пед. наук, доцент,

Белорусский государственный университет физической культуры,

А.Н. Котко, канд. пед. наук, доцент,

Институт туризма Белорусского государственного университета физической культуры,

Республика Беларусь

В настоящее время происходят существенные изменения в системе высшего образования в Республике Беларусь. Реформирование высшего образования выдвигает на первый план проблемы качества образования: подготовки конкурентоспособных специалистов с высшим образованием, способных в быстро изменяющихся условиях рынка труда приобретать и совершенствовать свои знания самостоятельно на протяжении всей жизни; признания в мировом образовательном пространстве. Все это предполагает коренные изменения в учебном процессе, внедрения в него инновационных педагогических технологий. При этом акцент делается на интенсивное внедрение в учебный процесс высших учебных заведений управляемой самостоятельной работы студентов и сокращение количества лекционных и семинарских занятий.

Самостоятельная работа студентов (СРС) – это разнообразные виды индивидуальной и коллективной деятельности обучающихся на аудиторных и внеаудиторных занятиях по выполнению различных заданий под методическим руководством преподавателя, но без его непосредственного участия.

Организация СРС направлена на решение следующих задач:

- закрепление, обобщение и повторение пройденного учебного материала; применение полученных знаний в стандартных ситуациях и при решении задач высокого уровня сложности и неопределенности;
- совершенствование предметных умений и навыков по изучаемым дисциплинам; формирование межпредметных, общеучебных, исследовательских умений;
- активизация учебной и научно-исследовательской деятельности обучающихся, ее максимальная индивидуализация с учетом психофизических особенностей, академической успеваемости студентов;
- формирование готовности студентов к самообразованию в течение всей жизни.

Самостоятельная работа рассматривается как специфическая форма учебной деятельности студента и характеризуется следующими психолого-педагогическими особенностями:

во-первых, она является следствием и продолжением целесообразно организованной преподавателем познавательной и учебно-исследовательской деятельности в учебное время, что стимулирует студентов к дальнейшей самостоятельной поисковой и исследовательской работе в свободное от учебных занятий время.

во-вторых, СРС должна быть осознана им как выбираемая и внутренне мотивированная деятельность по усвоению учебного материала.

в-третьих, самостоятельная работа обучающихся является высоко организованной формой учебной деятельности, а характер ее выполнения и результаты обуславливаются личностными особенностями студента как субъекта СРС.

СРС осуществляется на двух основных уровнях:

- собственно СРС, организуемая самим студентом в рациональное с его точки зрения время, как правило, вне аудитории, мотивируемая собственными познавательными потребностями и контролируемая им самим;
- управляемая самостоятельная работа студентов как опосредованное управлением со стороны преподавателя самостоятельное выполнение студентом поставленного преподавателем учебного задания.

Существуют разные типы самостоятельной работы студентов. *Самостоятельные работы первого типа* призваны формировать у студентов знания и умения на основе заданного алгоритма деятельности, предпосылок к этой деятельности. Назначение самостоятельных работ данного типа состоит в создании условий, обеспечивающих формирование у студентов знаний первого уровня – знаний-знакомств.

Самостоятельные работы второго типа направлены на формирование знаний, позволяющих воспроизводить по памяти усвоенную информацию и решать типовые задачи. В вузовской практике самостоятельными работами второго типа могут являться отдельные этапы лабораторных и практических занятий, проекты и типовые курсовые работы, а также специальным образом организованные домашние задания, содержащие предписания алгоритмического типа.

Самостоятельные работы третьего типа. Дидактической целью является формирование у студентов знаний третьего уровня – эвристического, т. е. знаний, лежащих в основе решения нетиповых задач. Суть заданий в работах этого типа сводится к поиску, формулированию и реализации способа решения, что всегда выходит за пределы формализованного опыта.

Самостоятельные работы четвертого типа направлены на формирование знаний-трансформаций, способов исследовательской деятельности посредством выполнения заданий. В ходе самостоятельной работы этого типа разрабатываются исследовательские задания, решаются задачи повышенного уровня сложности.

Выделяют следующие основные этапы организации в учебном процессе самостоятельной работы студентов:

- подготовительный, связанный с определением на учебных занятиях у студентов начального уровня знаний и умений самостоятельной работы, ознакомлением их с предстоящей системой и методами самостоятельной работы по учебной дисциплине.
- тренировочный, в процессе которого ставится задача на практических занятиях научить каждого студента системе самостоятельной работы по учебной дисциплине.
- формирующий, направленный в ходе учебных занятий, консультаций на развитие у студентов умений и навыков применения исследовательского подхода к изучению проблем учебной дисциплины или профильной науки, смежных областей знаний и применения научных достижений в будущей профессиональной деятельности.
- творческий, где студентами в ходе индивидуальных консультаций осваивается система организации самостоятельной учебно-исследовательской работы, осуществляется подготовка к участию в спецсеминарах, олимпиадах, конкурсах и др.
- заключительный, нацеленный на подведение итогов самостоятельной учебной и учебно-исследовательской работы каждого студента по учебной дисциплине за семестр.

Указанные этапы самостоятельной работы студентов могут осуществляться как в рамках изучения отдельной дисциплины, так и при выполнении графика самостоятельных работ на факультете в течение семестра или учебного года.

Процесс введения управляемой самостоятельной работы студентов в учебный процесс должен быть постепенным и обоснованным. Для эффективного осуществления этого вида деятельности необходимы готовность профессорско-преподавательского состава, качественные учебно-методические материалы и соответствующая нормативно-правовая база.

Под готовностью профессорско-преподавательского состава следует понимать способность преподавателя выделять наиболее важные и посильные для управляемой самостоятельной работы студентов темы дисциплины (курса); стимулировать внутренние механизмы саморазвития личности, самоконтроля и самокоррекции. При этом такой преподаватель должен обладать творческим мышлением, организаторскими, прогностическими и конструктивными умениями.

Вместе с тем очень важно избежать перегрузки студентов в течение учебной недели. Именно с этой целью в Институте туризма, например, составляется график контроля управляемой самостоятельной работы по кафедрам, который анализируется методической комиссией факультета, а затем составляется график в рамках факультета, который утверждается деканатом. График контроля УСРС доводится до сведения студентов.

Преподавателям, планируя формы УСРС, следует учитывать время, необходимое студентам для их выполнения, наличие в библиотеках и на кафедрах достаточного количества учебной, учебно-методической, монографической литературы.

При организации и проведении управляемой самостоятельной работы в Институте туризма объем часов на лекционные, семинарские, практические и лабораторные занятия планируется постепенно снижать. Все это зависит от обеспеченности учебного процесса учебно-методической литературой. Управляемая самостоятельная работа может полноценно вводиться только в том случае, если изучаемый учебный курс обеспечен необходимой литературой (учебники, учебные пособия, курсы лекций, хрестоматии, учебно-методические комплексы и др. как изданные, так и электронные).

Для каждого предмета, читаемого в вузе, желательно иметь в наличии определенный базовый учебник (учебное пособие), который может выбираться специально созданной комиссией на конкурсной основе. После того как базовый учебник (учебное пособие) по курсу определен, всем студентам данного учебного заведения, изучающим этот курс, рекомендуется его приобрести. Таким образом, занятия по каждой дисциплине ведутся по конкретному учебнику (учебному пособию), что позволит активнее использовать в учебном процессе различные формы самостоятельной работы студентов. Так, изучение каждой новой темы курса, как правило, начинается с самостоятельного ознакомления с изучаемым материалом.

Использование строго определенного учебника (учебного пособия) по каждой дисциплине позволяет изменить саму форму подачи материала и отступить от схемы «лекция-практика», изменить сам характер лекций. Как правило, преподаватель работает отдельно с каждой учебной группой, что позволяет оценить степень подготовленности каждого студента в результате самостоятельного предварительного изучения материала. В итоге обучение студентов складывается из следующих существенных составляющих: самостоятельного изучения учебника (учебного пособия), аудиторной работы с преподавателем и УСРС, (причем определение удельного веса каждой из них может быть оставлено на усмотрение преподавателя). То же относится и к выбору форм УСРС.

Для плодотворной самостоятельной работы необходимы, во-первых, наличие у студента побудительного мотива к получению знаний, во-вторых, обеспеченность его необходимыми источниками информации.

К числу побудительных мотивов принадлежат тяга к знаниям, борьба за успеваемость, позволяющая избежать отчисления и призыва в армию, с перспективой получения диплома о высшем образовании и более высокооплачиваемой работы.

Известно, что УСРС может быть эффективной только при систематическом ее контроле. Вопрос организации контроля самостоятельной работы весьма тонкий и противоречивый. С одной стороны, он как бы ослабляет, снижает самостоятельность, а с другой – необходим для повышения ее эффективности. Вот почему конкретные формы и методы контроля должны быть гибкими, обстоятельно продуманными, чтобы студенты не чувствовали грубого давления на организацию их индивидуальной самостоятельной работы, а, наоборот, воспринимали контроль как необходимую помощь и средство повышения познавательной активности.

Организирующим контрольным началом за самостоятельной работой является обеспечение студентов (на весь семестр или учебный год) по каждой дисциплине графиками индивидуальных собеседований, планами практических и лабораторных занятий, методическими разработками тем для самостоятельного изучения, списками специальной литературы и др.

Действенность контроля самостоятельной работы студента обеспечивается также регулярно проводимыми индивидуальными консультациями по изучаемым темам, особенно с категорией студентов, не посещающих учебные занятия. Приглашение студентов на консультации с предварительной самостоятельной проработкой ими тем учебного курса дает возможность конкретно определить уровень их подготовленности, уточнить знание терминологии предмета, помочь методическим советом.

Как показывают опросы студентов Института туризма, большая часть студентов уверена в необходимости самостоятельной работы как на занятиях, так и дома, считает ее интересной. Однако отсутствие навыков самостоятельной работы не позволяет большей части студентов в полной мере реализовать свои возможности в процессе самостоятельной работы. Поэтому преподавателю необходимо уделить особое внимание формированию и развитию навыков самостоятельной работы, выработке определенных стратегий, которые студенты могли бы использовать при самостоятельной работе. В свою очередь, сформированные у студентов навыки самостоятельной работы будут способствовать повышению интереса к процессу обучения, а также развитию личностных качеств обучаемых, что впоследствии могло бы оказать обратное положительное влияние на эффективность учебной деятельности.

Таким образом, самостоятельная работа способствует развитию у студентов познавательных интересов и потребностей, умственной активности и самостоятельности, формированию навыков самостоятельной работы в учебной, научно-исследовательской, профессиональной, инновационной, социальной сферах, опыта принятия решения в различных ситуациях.

ПРОБЛЕМЫ И ПЕРСПЕКТИВЫ ИНТЕГРАЦИИ СРЕДНЕГО СПЕЦИАЛЬНОГО И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ ПО СПЕЦИАЛЬНОСТИ «ТУРИЗМ И ГОСТЕПРИИМСТВО»

*Е.В. Фильгина, канд. пед. наук, доцент,
О.Н. Михайлова, канд. техн. наук, доцент,*

Институт туризма Белорусского государственного университета физической культуры,
Республика Беларусь

Анализируя основные тенденции и проблемы развития системы образования в Республике Беларусь, необходимо отметить, что система непрерывного профессионального образования призвана создать условия для профессионального самоопределения и удовлетворения образовательных потребностей личности, качественного роста профессиональной компетентности специалистов, что, в конечном итоге, положительно скажется на развитии социально-экономического комплекса страны. Одним из наиболее значимых направлений развития непрерывного профессионального образования является интеграция среднего специального и высшего образования.

Последнее десятилетие характеризуется активным развитием организационных форм интеграции: в системе среднего специального и высшего образования созданы учреждения, обеспечивающие реализацию образовательных программ повышенного уровня среднего специального образования (колледжи), а также высшие колледжи, осуществляющие подготовку специалистов по всем уровням профессионального образования: профессионально-техническое образование – среднее специальное образование (в том числе интегрированное с высшим) – высшее образование первой ступени. Накоплен значительный положительный опыт обеспечения непрерывности, преемственности уровней и ступеней профессионального образования в рамках учебно-научных объединений «ССУЗ – ВУЗ» [1, 2, 3, 4].

Под интеграцией в педагогическом процессе понимается одна из сторон процесса развития, связанная с объединением в целое ранее разрозненных частей [5]. Этот процесс может проходить как в рамках уже сложившейся системы, так и в рамках новой системы. Сущность процесса интеграции – качественные преобразования внутри каждого элемента, входящего в систему.

Принцип интеграции предполагает взаимосвязь всех компонентов процесса обучения, всех элементов системы, связь между системами. Он является ведущим при разработке целеполагания, определения содержания обучения, его форм и методов. Интегративный подход означает реализацию принципа интеграции в любом компоненте педагогического процесса, обеспечивает целостность и системность педагогического процесса.

Интегративные процессы являются процессами качественного преобразования отдельных элементов системы или всей системы [5]. Многие исследования в отечественной дидактике и в теории воспитания опираются на выше перечисленные положения при разработке конкретных путей совершенствования образовательного процесса. Определяя осуществление интеграционных процессов в профессиональном учебном заведении, авторы отмечают, что интеграция – это процесс взаимопроникновения, уплотнения, унификации знаний, проявляющийся через единство с противоположным ему процессом дифференциации, которая сопровождает интеграцию на протяжении всего процесса ее осуществления [4, 6].

Изучение и анализ теоретических положений непрерывного образования позволяют выделить следующие концептуальные подходы к определению организационно-педагогических основ интеграционных процессов в системе профессионального образования:

- интеграция, межпредметные связи, взаимосвязь, преемственность, характеризующие и раскрывающие сущность педагогической интеграции, сосуществуют, взаимодополняя друг друга и самоидентифицируясь;
- результатом интеграционного процесса развития педагогической системы выступает новое качественное ее состояние, характеризующееся более высоким уровнем упорядоченности элементов (уровней, компонентов) педагогической системы и высокой степенью организованности учебного, воспитательного, управленческого процессов;
- любая интегрированная система внутренне дифференцирована, и повышение степени интеграции закономерно вызывает усиление ее внутренней дифференциации;
- интеграция профессионального образования, обеспечивая освоение специально отобранных, структурированных и педагогически интегрированных дисциплин, формирует у студентов целостную систему профессиональных знаний, умений и личностных качеств, что обуславливает профессионализм и компетентность будущего специалиста;
- организация образовательного процесса в учебном заведении на основе синергетического закона, позволяющего понять целое как объединение многообразного, как упорядоченное множество хаотичных компонентов, подчиненных единым целям и задачам, достигается через обеспечение самоорганизации, самореализации и самоактуализации, поскольку каждый компонент имеет свой внутренний потенциал, который нужно упорядочить, гармонизировать, чтобы получить интегрированное целое [6].

Современные условия требуют перехода от знаниевой к личностно-ориентированной парадигме, к построению таких педагогических систем, которые обеспечивают формирование навыков профессиональной деятельности, базирующейся на постоянном самообразовании.

Основными характеристиками, отличающими структуру и содержание профессионального образования на различных уровнях, являются:

- подготовка к решению разного класса профессиональных задач;
- соотношение общенаучной (общеобразовательной), общепрофессиональной и специальной подготовки в части теоретического обучения;
- соотношение теоретической и практической подготовки;
- различие в организации образовательного процесса (соотношение аудиторной и внеаудиторной работы, обязательных дисциплин (предметов) и дисциплин (предметов) выбора, наличие элементов учебно-исследовательской, научно-исследовательской работы и др.) [6].

Создание и совершенствование системы непрерывного профессионального образования есть междисциплинарная комплексная проблема стратегического характера.

В основу построения технологии непрерывного профессионального образования должны быть заложены следующие принципы интеграции:

- завершенность образования на каждом уровне (ступени) профессионального образования;
- преемственность содержания образования;
- соблюдение образовательных стандартов уровней образования;
- учет специфики задач, сходства и различий профессионально-технического, среднего специального и высшего образования [6].

Вместе с тем к настоящему времени на основании изучения научно-методической литературы в теории и практике средней и высшей профессиональной школы необходимо отметить ряд противоречий:

- между социальными ожиданиями общества в отношении профессиональной компетентности выпускников и несоответствием образовательного процесса потребностям личности и профессиональной среды;
- между необходимостью непрерывной подготовки современного квалифицированного специалиста-профессионала и не разработанностью педагогических технологий ее обеспечения с учетом различных образовательных траекторий;
- между интегративным характером современного профессионального образования и отсутствием содержательно-функциональных связей между его уровнями и ступенями.

Таким образом, обеспечивая интеграционные процессы в системе непрерывного образования, мы опирались на определение интеграции как взаимодействия обособленных структурных элементов какой-либо совокупности, приводящей к оптимизации связей между ними и к их объединению в одно целое, т. е. в единую систему, обладающую новым качеством и новыми потенциальными возможностями для определения содержательно-функциональных связей между уровнями и ступенями непрерывного образования.

В условиях реформирования системы образования все большую актуальность приобретает взаимодействие различных уровней образовательных структур, основанное на принципах преемственности в организации процесса обучения. В современных условиях проблема сближения среднего специального и высшего образования поставлена как отдельная цель развития системы образования. Высшая школа и средние специальные учебные заведения объединены общей целью, но существенно различаются по основным функциям, частным целям и задачам, условиям обучения и воспитания. Эти различия приводят к тому, что нарушаются преемственные связи в содержании, формах и методах обучения и воспитания в этих типах учебных заведений.

Важнейшим проявлением преемственности в работе средних специальных учебных заведений и высших учебных заведений является реализация межпредметных связей в преподавании общеобразовательных и специальных дисциплин. В свете сказанного становится очевидной необходимость разработки интегративных образовательных программ в системе среднего и высшего профессионального образования.

Для разработки интегративных образовательных программ для учебных дисциплин, изучаемых по специальности 1-89 01 01 «Туризм и гостеприимство», был проведен сравнительный анализ учебных программ на уровне среднего специального и высшего образования, который позволил сделать следующие выводы.

Изучение дисциплин «Основы идеологии белорусского государства», «История Беларуси», «Организация деятельности туристических предприятий», «Основы экологии и энергосбережения», «Охрана труда» на уровне высшего образования студентами, получившими среднее специальное образование, может рассматриваться как принципиально новый уровень получения теоретических знаний, формирования практических навыков и умений и получения соответствующих компетенций.

Для создания содержательно-функциональных связей между дисциплинами «География международного туризма», изучаемой на уровне высшего образования, и «Страноведение и география туризма», изучаемой на уровне среднего специального образования, в содержание последней необходимо внести дополнения.

Учебная программа по дисциплине «Информационные технологии в туризме», изучаемая на уровне среднего специального образования, фактически объединяет содержание учебных программ двух дисциплин –

«Основы информационных технологий» и «Информационные технологии в туризме», изучаемых на уровне высшего образования.

По дисциплине «Туроперейтинг» необходимо унифицирование в учебных программах количества часов, названия изучаемых тем и формулировки вопросов.

При изучении дисциплины «Экскурсоведение» в качестве варианта интегрирования образовательных программ целесообразно:

- на втором курсе программу по дисциплине считать выполненной, а зачет, соответственно, сданным;
- на третьем курсе дисциплину изучать в соответствии с вузовской программой, форма контроля знаний студентов – экзамен;
- в учебной программе среднего специального образования темы «Дифференцированный подход к экскурсионному обслуживанию», «Повышение эффективности экскурсионной деятельности», «Профессиональные требования к экскурсоводу» рекомендуется сократить по количеству учебных часов и запланировать их на изучение вопросов: «Теория и методика подготовки экскурсий», «Методика проведения экскурсий», «Техника ведения и подготовки необходимой документации».

Учебная дисциплина «История культуры», изучаемая на уровне среднего специального образования, совпадает по количеству часов и содержанию с учебной дисциплиной «Теория и история мировой культуры», изучаемой в вузе, а учебная программа по дисциплине «Иностранный язык» по количеству часов, изучаемому объему грамматического материала и тем превышает программу вуза. Данные дисциплины могут быть перезачтены в полном объеме.

Реализация преемственности при интеграции среднего специального и высшего образования по специальности «Туризм и гостеприимство» осуществлялась нами через систему межпредметных связей в двух основных направлениях: формирование на основе межпредметных связей мировоззренческих знаний, систем понятий, общих теорий, законов, формирование общих для смежных предметов познавательных и практических умений.

1. Казаровец, Н.В. Учебно-научное объединение «ВУЗ-ССУЗ» – перспективный путь развития высшего образования и научных исследований в регионах / Н.В. Казаровец, В.П. Валько, А.В. Крутов // Интеграция обучения, науки и производства в системе профессионального образования Республики Беларусь: материалы IV Междунар. науч.-практ. конф., Минск, 2001. – Ч. 1. – С. 6–9.

2. Коноплич, В.А. Преемственность в работе ССУЗов и вузов как условие качественной подготовки специалистов. / В.А. Коноплич // – Режим доступа: www.ftip.nspu.net.

3. Организация учебного процесса в учебно-научно-методическом объединении ВУЗ-ССУЗ (из опыта работы УНМО-ММИ-МСК): учеб. пособие / А.А. Жолобов [и др.]; ред. А.А. Жолобов. – Минск, 1995. – 152 с.

4. Шайдуллина, А.Р. Интеграция ССУЗа, ВУЗа и производства в региональной системе профессионального образования: автореф. ... дис. д-ра пед. наук: 13.00.08 / А.Р. Шайдуллина. – Режим доступа: www.vak.ed.gov.ru.

5. Пузанкова, Е.Н. Современная педагогическая интеграция, ее характеристики / Е.Н. Пузанкова, Н.В. Бочкова // Образование и общество. – 2009. – № 1. – С. 9–13.

6. Худолий, И.Г. Организационно-педагогические основы интеграции начального, среднего и высшего профессионального образования в инновационном образовательном учреждении: автореф. дис. ... канд. пед. наук: 13.00.08 / И.Г. Худолий. – Якутск, 2005. – 43 с.

7. Система научно-методического обеспечения работы учреждений, обеспечивающих получение профессионально-технического образования, на рынках труда регионов Республики Беларусь», раздел 5 «Научное обоснование и разработка моделей интеграции образовательных программ среднего специального и высшего образования». – Режим доступа: <http://ripo.unibel.by>.

НАПРАВЛЕННОСТЬ И СОДЕРЖАНИЕ ТИПОВОЙ УЧЕБНОЙ ПРОГРАММЫ ПО УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЕ «ТЕОРИЯ И МЕТОДИКА ФИЗИЧЕСКОГО ВОСПИТАНИЯ» ДЛЯ ОБУЧЕНИЯ СТУДЕНТОВ ПО СПЕЦИАЛЬНОСТИ 1-03 02 01 «ФИЗИЧЕСКАЯ КУЛЬТУРА»

А.Г. Фурманов, д-р пед. наук, профессор, Л.И. Кузьмина,

*Институт туризма Белорусского государственного университета физической культуры,
Республика Беларусь*

Реализация образовательного стандарта первой ступени высшего образования [1] предусматривает разработку типовых учебных программ по ряду учебных дисциплин [2].

Типовая учебная программа по учебной дисциплине «Теория и методика физического воспитания» для обучения студентов по специальности 1-03 02 01 «Физическая культура» разработана впервые. Ее особенностями являются: научно обоснованное содержание физического воспитания различных контингентов насе-

ния как эффективного процесса организации занятий физическими упражнениями; акцентуация на компетентностном подходе в обучении; формирование знаний, умений и навыков студентов; значительное усиление роли и доли их самостоятельной работы; использование современных инновационных педагогических технологий.

Основной целью преподавания названной учебной дисциплины является обеспечение современного уровня фундаментальной теоретико-методической подготовленности будущих преподавателей физической культуры.

В соответствии с требованиями образовательного стандарта к знаниям, умениям и навыкам по учебной дисциплине «Теория и методика физического воспитания» выпускник должен знать:

- методологические основы теории физического воспитания;
- основные закономерности процесса физического воспитания;
- общие основы теории и методики обучения двигательным действиям;
- общие основы направленного развития двигательных способностей человека;
- особенности физического воспитания различных контингентов населения.

Специалист должен уметь:

- планировать процесс физического воспитания в учреждениях образования;
- проводить уроки физической культуры с занимающимися различного возраста;
- организовывать спортивно-массовые мероприятия;
- осуществлять контроль за эффективностью физического воспитания.

Вышеизложенное определило содержание типовой учебной программы по предмету «Теория и методика физического воспитания», которая включает следующие разделы:

1. Теоретические основы физического воспитания.
2. Основные аспекты содержания и методики физического воспитания.
3. Теория и методика физического воспитания различных контингентов населения.
4. Программно-методические и организационные основы практической деятельности в области физического воспитания.

Первый раздел типовой учебной программы обуславливает характеристику предметной области профессиональной деятельности по специальности 1-03 02 01 «Физическая культура». Здесь раскрываются методология теории, средства, методы, принципы физического воспитания.

Во втором разделе рассмотрены вопросы: обучения двигательным действиям, развития физических и личностных качеств, формирования мотивации, интересов и потребностей к занятиям физической культурой, спортом и туризмом.

В третьем разделе учебной программы изложены особенности содержания, построения физического воспитания и разработки педагогических технологий с учетом возрастных особенностей населения.

Подавляющее большинство требований к выпускнику высшего учебного заведения физкультурного типа относится к обучению, которое должно обеспечить переход от пассивного усвоения материала к его активной форме, основанной на включении студентов в деятельность. Деятельность, направленная на формирование личности высококвалифицированного специалиста, формируется на основе знаний, полученных в процессе изучения комплекса теоретических дисциплин, на специальных методических занятиях и во время педагогической практики разных видов: педагогическая в учебных заведениях, в оздоровительных лагерях, по специализации. Поэтому в четвертом разделе типовой учебной программы предусмотрен раздел программно-методических и организационных основ практической деятельности в области физического воспитания. В данном разделе определены цели, задачи практики, обязанности практиканта, требования к составлению рабочей и отчетной документации практиканта. Помимо того, в данном разделе изложена методика планирования и педагогического контроля в физическом воспитании, профессионально-прикладной физической подготовки, представлен материал по оборудованию объектов спортивного и физкультурно-оздоровительного назначения, даны рекомендации по формированию здорового образа жизни.

Изучение учебной дисциплины «Теория и методика физического воспитания» рассчитано на 306 часов, из них 180 аудиторных, примерное распределение которых включает 80 лекционных, 34 практических и 66 семинарских часов занятий.

Названной типовой учебной программой предусмотрена информационно-методическая часть, где указан примерный перечень тем практических занятий, тем курсовых и дипломных работ по специальности

1-03 02 01 «Физическая культура» в целях формирования современных социально-личностных и социально-профессиональных компетенций выпускника вуза.

Формами контроля типовой учебной программы являются: зачет (3-й семестр), экзамен (4 и 5-й семестры), курсовая работа (6-й семестр), дипломная работа (8-й семестр).

1. Образовательный стандарт Республики Беларусь. Высшее образование. Первая ступень. Специальность – 1-03 02 01 Физическая культура (утвержден и введен в действие постановлением Министерства образования Республики Беларусь 01.09.2008г.).

2. Приступа, Н.И. К вопросу о разработке типового учебного плана по специальности «Физическая культура» / Н.И. Приступа, А.С. Голенко, Л.И. Кузьмина // Материалы VI Международной научно-практической конференции, «Здоровье студенческой молодежи: достижения теории и практики физической культуры на современном этапе». – Минск, БГПУ, 2008. – С.182–184.

МЕТОДИКА ПРИМЕНЕНИЯ ЭЛЕКТРОННОГО СРЕДСТВА ОБУЧЕНИЯ НА ЗАНЯТИЯХ ПО ТУРИЗМУ

В.В. Храмов, канд. пед. наук, доцент, Е.Л. Зайко,
Гродненский государственный университет им. Я. Купалы,
Республика Беларусь

Общеизвестно, что занятия туризмом способствуют всестороннему и гармоничному развитию человека, что подтверждает необходимость широкого распространения туризма и использования не только традиционных, но и новых форм его организации. Освоение теории и практики туризма студентами несет в себе огромный социально-культурный потенциал и является, прежде всего, важным элементом не только физической, но и экологической, нравственной, эстетической и других сфер культуры.

В структуре физического воспитания студентов туризму отведена роль средства формирования жизненно важных умений и навыков [1, с. 8]. В соответствии с учебной программой дисциплины «Физическая культура» для студентов непрофильных специальностей изучение туризма производится в рамках практических и теоретических занятий. Туризм как средство физкультурно-оздоровительной работы применяется в ходе проведения массовых мероприятий.

Высокий уровень востребованности туризма в университете диктует необходимость разработки современного учебно-методического обеспечения, предназначенного как для студентов, так и для преподавателей. Следует отметить, что руководители физического воспитания на факультетах не всегда обладают достаточным уровнем компетенции для подготовки своих студентов к участию в университетском турслете. Это вызывает не только утрату известной доли соревновательной атмосферы в ходе состязаний, но и является одним из факторов травматизации участников турслета. Анализ существующей научной, учебной и популярной литературы по туризму свидетельствует о том, что в настоящее время в Республике Беларусь отсутствует научно-обоснованный, педагогически оправданный учебно-методический комплекс, предназначенный для обеспечения массовых занятий туризмом. Необходимость его создания продиктована следующими обстоятельствами:

- 1) отсутствие единого подхода к методике подготовки студентов к туристским мероприятиям;
- 2) участие в организации туристских мероприятий преподавателей без специальной туристской подготовки;
- 3) высокая значимость правил безопасного поведения студентов во время занятий туризмом.

Созданное учебно-методическое обеспечение выполнено в форме электронного учебно-методического пособия (ЭУМП). Данный способ реализации учебного материала продиктован следующими преимуществами компьютерных технологий [2, 3]:

- 1) высокая информативность средств компьютерной наглядности (рисунки, фотографии, видеоизображения, компьютерная анимация);
- 2) возможность оперативного обновления учебной информации;
- 3) доступность учебного материала для обучаемого.

Создание ЭУМП по туризму связано с подготовкой информационно-технологического обеспечения учебной работы. Данный вид обеспечения представляет собой педагогическую систему, включающую в себя две самостоятельные и в тоже время взаимосвязанные и взаимодополняющие друг друга составляющие – информационную и технологическую. Первая служит для полноценного и достоверного отображения объекта изучения, вторая предназначена для реализации в учебном процессе современных технологий обучения.

Изложенное указывает на существование проблемы научного обоснования технологии создания и методики применения информационно-технологического обеспечения на занятиях по туризму. Предполагается, что данное внедрение позволит повысить качество туристской работы как формате физкультурно-оздоровительных мероприятий, так и подготовки будущих специалистов в области туризма.

Структура ЭУМП «Спортивно-оздоровительный туризм» разрабатывалась с учетом предметной специфики туризма как учебной дисциплины. Современный этап развития методики преподавания туризма в рамках предмета «Физическая культура» характеризуется отсутствием единых требований к содержанию учебного материала. Основная проблема заключается в определении целесообразного объема учебной информации, которая предназначена для студентов непрофильных специальностей. Опыт организации и проведения туристских мероприятий оздоровительно-рекреационной направленности, накопленный авторами настоящего проекта, указывает на необходимость подготовки студентов по следующим направлениям: ориентирование на местности, технические этапы соревнований по пешеходному туризму, базовые туристские узлы, оказание первой доврачебной помощи, организация туристского похода, туристское снаряжение и оборудование. Вся учебная информация, включенная в ЭУМП, находится в информационных кадрах, которые в свою очередь сгруппированы в папки.

Раздел «Ориентирование на местности» содержит три вложенных папки: характеристика картографического материала, условные обозначения и ориентирование на местности. В частности, папка «Условные обозначения» включает в себя графический материал с пиктографическим обозначением различных объектов. Назначение раздела – вооружить студентов комплексом топографических знаний и умений.

Раздел «Технические этапы пешеходного туризма» предназначен для знакомства с организацией и техникой преодоления этапов туристской полосы препятствий. В ЭУМП содержится описание порядка экипировки участника соревнований и дана характеристика шести различных этапов. В содержании каждого этапа показано, как выполнить «наведение» этапа, и описаны способы его преодоления.

Раздел «Базовые туристские узлы» содержит учебный материал, предназначенный для изучения порядка завязывания узлов, которые наиболее распространены в практике туризма. Всего представлено пять групп узлов. Принцип классификации – по функциональному назначению.

Раздел «Оказание первой медицинской помощи» содержит учебную информацию, предназначенную для освоения медицинских процедур. Всего предусмотрено семь относительно самостоятельных учебных пунктов, овладение которыми позволит студентам самостоятельно выполнять наиболее типичные манипуляции по оказанию первой доврачебной помощи.

Документальное оформление и описание процедур, предшествующих проведению турпохода, представлено в разделе «Организация туристского похода».

Завершающим в структуре ЭУМП «Спортивно-оздоровительный туризм» является раздел «Туристское снаряжение и оборудование». Для эффективного и безопасного проведения турпохода, участия в соревнованиях туристов необходимо знать и уметь обращаться со специальными устройствами.

ЭУМП является специализированным педагогическим программным средством, которое предназначено для обеспечения образовательного процесса по физическому воспитанию студентов. Преподаватели могут применять настоящее ЭУМП как в рамках учебных занятий по физической культуре, так и на секционных занятиях по туризму. Особая роль ЭУМП заключается в обеспечении самостоятельной работы по овладению туристскими знаниями и умениями. Ожидается, что разработанное ЭУМП позволит добиться повышения эффективности образовательного процесса по физическому воспитанию студентов.

Учебный материал, размещенный в ЭУМП, может использоваться в следующих формах:

- 1) подготовка к учебному занятию;
- 2) обеспечение наглядности на учебном занятии;
- 3) управляемая самостоятельная работа студентов.

В случае применения ЭУМП в качестве инструмента для подготовки к занятию, оно будет выполнять функции мультимедийной энциклопедии. Работа с видеонаглядностью необходима для формирования визуальных представлений о технике, стратегии и тактике туризма.

Таким образом, применение ЭУМП в процессе практического овладения двигательными действиями заключается в улучшении процессов обеспечения наглядности. ЭУМП может применяться для сопровождения следующих видов учебной работы:

- 1) работа с топографическим материалом – в условиях компьютерного класса;
- 2) обучение завязыванию туристских узлов – в условиях компьютерного класса производится работа с веревками;
- 3) «наведение» этапов соревнований по пешеходному туризму – в условиях практического занятия на местности с использованием мобильного компьютера (ноутбук, нетбук, планшетный компьютер) и соответствующего снаряжения;
- 4) прохождение этапов пешеходного туризма – в условиях практического занятия с использованием мобильного компьютера;
- 5) медицинская подготовка – в условиях компьютерного класса или с использованием проекционной техники производится сначала демонстрация, а затем практическое выполнение медицинских манипуляций;
- 6) изучение характеристик и порядок применения снаряжения и оборудования – в условиях самостоятельной работы студентов;
- 7) документальное оформление похода – в условиях самостоятельной работы студентов.

1. Физическая культура: учебная программа для непрофильных специальностей высших учебных заведений (для групп основного, подготовительного и спортивного отделений) / сост. С.В. Макаревич [и др.]. – Минск: РИВШ БГУ, 2002. – 38 с.

2. Технология создания электронных средств обучения [Электронный ресурс] / М.И. Беляев, В.В. Гриншкун, Г.А. Краснова. – Режим доступа: <http://www.ido.rudn.ru/nfpk/tech/t1.html>. – Дата доступа: 10.04.2007.

3. Башмаков, А.И. Разработка компьютерных учебников и обучающих систем / А.И. Башмаков, И.В. Башмаков. – М.: Филинь, 2003. – 616 с.

ОБРАЗОВАНИЕ ДЛЯ УСТОЙЧИВОГО РАЗВИТИЯ В СИСТЕМЕ ПОДГОТОВКИ СПЕЦИАЛИСТОВ СФЕРЫ ТУРИЗМА

О.С. Шимова, д-р экон. наук, профессор,

Белорусский государственный экономический университет,
Республика Беларусь

Определение понятия «устойчивое развитие» в его современном значении дано в докладе «Наше общее будущее» Международной комиссии по окружающей среде и развитию (Комиссии Г.Х. Брундтланд) в 1987 г. Такое развитие должно обеспечивать сбалансированное решение социально-экономических задач и проблем сохранения благоприятной окружающей среды и природно-ресурсного потенциала в целях удовлетворения потребностей нынешнего и будущих поколений людей. Глубинная сущность идеи устойчивого развития заключается в необходимости сохранения человечества и биосферы планеты за счет значительного уменьшения антропогенного давления на природную среду. Практическая реализация этой идеи невозможна без продвижения ее через систему образования. Поэтому закономерно, что в главе 36 «Повестки дня на 21 век» – итоговом документе Всемирного саммита по окружающей среде и развитию в г. Рио-де-Жанейро (1992 г.) – записано, что «*образование является фундаментом устойчивого развития*», а в декабре 2002 г. Генеральной Ассамблеей ООН период с 2005 по 2014 год был объявлен Десятилетием образования для устойчивого развития (ОУР).

В Стратегии образования в интересах устойчивого развития, разработанной Европейской Экономической Комиссией (ЕЭК) ООН и принятой на совещании представителей министерств охраны окружающей среды и образования стран Европы (Вильнюс, 17–18 марта 2005 г.), ОУР определено как принципиально новый взгляд на процесс обучения, основанный на соотношении социально-экономического благополучия с культурно-образовательными традициями и бережным отношением к окружающей природной среде. Формирование системы ОУР требует перехода от традиционного обучения к экологически ориентированной модели, в основе которой должны лежать широкие междисциплинарные знания, базирующиеся на комплексном подходе к развитию общества, экономики и окружающей среды. В широком значении основная цель ОУР состоит в содействии становлению всесторонне образованной социально активной личности, понимающей новые явления и процессы общественной жизни, владеющей системой взглядов, идейно-нравственных, культурных и этических принципов, норм поведения, обеспечивающих готовность к социально-ответственной деятельности и непрерывному образованию в быстро меняющемся мире.

Образование для устойчивого развития призвано:

- содействовать распространению знаний об окружающей среде и ее состоянии;
- предоставлять критерии, стандарты, рекомендации по принятию решений в сфере охраны окружающей среды и комплексному решению социальных, экономических и экологических проблем;
- демонстрировать возможности развития экономики при сохранении окружающей природной среды;
- повышать значимость экологических традиций и экологически целесообразных приемов хозяйствования разных народов для воспитания бережного отношения к природно-культурному наследию;
- способствовать личностному росту, саморазвитию, самореализации, самоактуализации обучающихся;
- предоставлять возможности для становления бережного отношения к людям, природе, культурным ценностям; активной гражданской позиции; ценностной ориентации, основанной на этике ответственности за состояние окружающей среды и рациональное использование природных ресурсов.

Стратегия ЕЭК ООН определяет четыре основных направления ОУР:

- 31) развитие и совершенствование базового образования;
- 32) переориентация существующего образования на всех уровнях для решения вопросов устойчивого развития;
- 33) расширение понимания и осознание обществом важности принципа устойчивости;
- 34) подготовка кадров.

Универсальной модели ОУР не существует. ОУР – это процесс, продолжающийся на протяжении всей жизни, начиная с раннего детства до получения высшего образования и образования для взрослых, и выходящий за пределы формального образования. Однако в контексте проблем высшей школы основной интерес представляет четвертое из перечисленных направлений ОУР – *подготовка кадров*, поскольку только научно обоснованная методология, базирующаяся на принципах устойчивого развития, позволит создать систему опережающего образования для подготовки специалистов третьего тысячелетия, способных решать как внутригосударственные, так и глобальные проблемы, обеспечивать выживание цивилизации и сохранение биосферы. В связи с этим важнейшим условием ОУР является *экологизация высшего образования*, которая подразумевает подготовку экологически ответственных специалистов разного профиля, принимающих решения в процессе своей деятельности в любой области с учетом требований экологического императива.

В Стратегии ЕЭК ООН по ОУР сказано, «чтобы быть эффективным, ОУР должно рассматриваться в двух аспектах: 1) через интеграцию тем ОУР во все соответствующие учебные дисциплины, программы и курсы; 2) через организацию занятий по конкретным тематическим программам и курсам». Реализация идей ОУР, безусловно, актуальна в подготовке будущих специалистов сферы туризма, поскольку туризм в большей степени, чем другие отрасли хозяйства, зависит от экологической чистоты окружающей среды, так как все большее количество потенциальных туристов поддерживает «зеленые путешествия». За последние десятилетия в мировом туризме особую популярность приобрел *экотуризм*, который Международное общество по экотуризму (США, Вермонт) определило как «ответственные путешествия в природные районы, которые сохраняют окружающую среду и поддерживают благосостояние местного населения». Данное определение вполне соответствует представлениям об устойчивом туризме. Вместе с тем нормы и практику управления, соответствующего принципам устойчивого туризма, можно применять ко всем видам туристической деятельности, поскольку устойчивость в туризме означает неистощительное использование природного и культурного потенциала на основе программно-целевого подхода к развитию туризма; переход предприятий туризма на ресурсосберегающие технологии, сокращение производственных отходов; вовлечение местного населения в процесс принятия решений о развитии туризма на их территории; партнерство во взаимоотношениях общественного и частного секторов; содействие туризма социально-экономическому подъему отдельных территорий и целых государств.

Актуальность реализации идей устойчивого развития в туристической деятельности обусловила необходимость популяризации данной концепции и принципов ОУР при обучении будущих специалистов сферы туризма. С этой целью в учебный план подготовки студентов по специальности «Экономика и управление туристской индустрией» в УО «Белорусский государственный экономический университет» включен разработанный автором спецкурс «Основы устойчивого туризма», главная задача которого состоит в формировании знаний о концепции устойчивого человеческого развития и ее значении для организации экологоориентированного, устойчивого туризма, удовлетворяющего спрос любителей отдыха на природе, конкурентоспособного на рынке туруслуг и обеспечивающего как сохранение природной среды, так и рост благосостояния местного населения, туристических дестинаций благодаря рациональному использованию туристских ресурсов и всестороннему партнерству. В ходе изучения курса студенты должны ознакомиться с мировоззренческими, социально-экономическими и экологическими предпосылками формирования парадигмы устойчивого развития; овладеть основными понятиями, принципами, воззрениями, составляющими содержание концепции устойчивого человеческого развития; получить представление о сущности устойчивости развития туризма, соотношении понятий «устойчивый» и «экологический» туризм; изучить основные положения концепции устойчивого развития туризма; овладеть навыками научного анализа и оценки устойчивости туризма на основе соответствующих критериев и индикаторов.

В процессе освоения программы курса студенты узнают о деятельности международных организаций в сфере устойчивого туризма, институциональных предпосылках и зарубежном опыте его продвижения с помощью современных организационно-экономических инструментов; о теоретическом концепте жизненного цикла туристских дестинаций и его роли в формировании эффективного дестинационного менеджмента; знакомятся с международной практикой организации устойчивого туризма, а также смогут проанализировать факторы, возможности и механизмы реализации стратегии устойчивого развития туризма в Республике Беларусь. Все это позволит обучающимся использовать полученные знания и навыки в их последующей практической деятельности в целях реализации стоящих перед обществом задач обеспечения устойчивости социально-экономического развития страны и отдельных секторов экономики (в частности туризма). Проблемы, поднятые в программе курса «Основы устойчивого туризма», представляются особенно актуальными в свете предстоящего в июне текущего года Саммита Земли «Рио+20», который должен обеспечить подтверждение политической приверженности мирового сообщества к устойчивому развитию и в повестке которого среди прочих стоит вопрос о роли ОУР в переходе к «зеленой» экономике.

РЕЗУЛЬТАТЫ МОНИТОРИНГА ПОТРЕБНОСТИ ТУРИСТИЧЕСКОЙ ОТРАСЛИ В КОМПЕТЕНТНОСТИ СПЕЦИАЛИСТОВ

В.А. Янковенко,

Институт туризма Белорусского государственного университета физической культуры,
Республика Беларусь

Для оценки основных показателей потребности туристической отрасли в компетентности специалистов туристической индустрии и уровня подготовки специалистов по специализациям в Институте туризма были использованы методы анкетирования группы слушателей переподготовки кадров, работающих руководителями предприятий индустрии туризма.

Была использована анкета, разработанная в рамках проекта Tempus – Tet VeT «Подготовка и повышение квалификации преподавателей дисциплин по туризму в Республике Беларусь».

Анкета состояла из 3 разделов:

- уровень подготовки конкретного специалиста туристической индустрии;
- уровень подготовки специалистов по специализациям в вузах;
- предложения и замечания менеджеров туристической отрасли.

Два первых раздела оценивались по двум критериям: важность компетенция выпускников. Оценка важности и компетенции производилась по следующим значениям: важно – 3 балла, частично важно – 2 балла, не важно – 1 балл.

Оценка уровня подготовки специалистов производилась по пятибалльной системе от 5 – отлично до 1 – неудовлетворительно.

Выборка исследования составила 20 руководителей предприятий туристической индустрии, из них 30 % – руководители предприятий государственной формы собственности, 70 % – негосударственной. Среди анкетированных 55 % занимаются международным туризмом, 25 % – внутренним и 20 % – международным и внутренним. По месту нахождения 55 % предприятий находится в г. Минске, 45 % – в остальных областях Республики Беларусь. Среди анкетированных 70 % руководителей – женщины, 30% – мужчины. Подбор респондентов соответствует основным показателям развития туризма, представленным Национальным статистическим комитетом Республики Беларусь. Анализ данных проводился методом вычисления среднего арифметического оценок слушателей.

В результате исследования были получены следующие данные:

Наименование компетенции	Оценка важности (средняя оценка из 3)	Качество образовательных услуг (средняя оценка из 5)
Знания		
Право	2,40	4,50
Этика	2,30	4,00
Маркетинг	2,70	4,50
Менеджмент	2,70	3,50
Организация туризма	2,80	4,10
Информационные технологии	2,46	2,30
Бухгалтерский учет	2,28	2,20
Экономика	2,47	2,70
Межкультурные коммуникации	2,14	2,80
Делопроизводство	2,39	2,50
Налогообложение и валютные операции	2,05	2,30
Развитость качеств специалистов		
Склонность к самообразованию	2,85	4,00
Трудолюбие	2,80	4,10
Порядочность и честность	2,50	4,00
Умение использовать нормативные документы	2,30	4,00
Готовность к кооперации с коллегами	2,50	4,00
Владение методами экономического анализа	2,15	3,00
Социально-личностные качества		
Умение работать в команде	2,60	4,00
Коммуникабельность, способность общаться без конфликтов	2,70	4,10

Данные исследования показали, что качество образовательных услуг соответствует важности компетенции специалистов туристической индустрии по праву, этике, маркетингу, организации туризма по таким качествам, как трудолюбие, склонность к саморазвитию, готовность к кооперации с коллегами, умению работать в команде, способностью общаться легко, без конфликтов.

Вместе с тем большие требования профессионалы туристической индустрии предъявляют к подготовке по информационным технологиям, бухгалтерскому учету, делопроизводству, экономике, межкультурным коммуникациям, а также владению методами экономического анализа.

В качестве исследования интерес представляют предложения и замечания, высказанные руководителями туристической отрасли. Прежде всего, это создание образовательных центров на предприятиях туристической индустрии, приглашение на занятия практиков, а также наличие у преподавателей трудового стажа в туристической индустрии.

Для подготовки специалистов предлагается усилить преподавание отдельных курсов и модулей, таких как иностранный язык, информационные технологии в туризме, экономика, делопроизводство.

Данное исследование позволило определить основные аспекты совершенствованию образовательной деятельности в рамках проекта Tempus – Tet VeT. В дальнейшем планируется провести углубленное исследование по каждой компетенции для выработки научно обоснованных подходов к подготовке и повышению квалификации кадров вузов, осуществляющих преподавание туристических дисциплин.

Национальный статистический комитет Республики Беларусь «О развитии туризма, деятельности туристических организаций и коллективных средств размещения за 2011 год». Минск – 2012.

СОДЕРЖАНИЕ

НАПРАВЛЕНИЕ 1. СОЦИАЛЬНО-ЭКОНОМИЧЕСКИЕ И ОРГАНИЗАЦИОННО-ПРАВОВЫЕ АСПЕКТЫ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ В СФЕРЕ ТУРИЗМА И ГОСТЕПРИИМСТВА.....3

Акулова Е.Ю.

Большой Сочи: лидер рекреационной «притягательности» в России3

Акулова Е.Ю.

Историко-географические аспекты развития Сочи (XIX–XX вв.)4

Битяй О.Н.

Самоменеджмент как средство повышения эффективности деятельности туристических организаций6

Гаврилович Н.Н.

Подбор и обучение персонала туристической организации7

Гаврилович Н.Н., Новик С.Д.

Аттестация как подтверждение квалификации экскурсоводов9

Гайдаш Т.Ю.

Организация внешнеэкономической деятельности туристической фирмы11

Дранкевич О.Г.

Роль малых городов в развитии приграничных регионов Республики Беларусь13

Дыбовская Е.И.

Статистические исследования в развитии туризма15

Еншин М.М., Дерябина К.Е.

Въездной туризм и факторы, его детерминирующие16

Зайцева Е.Ф., Чернявская Т.Г.

Использование компьютерных технологий в сфере туризма и гостеприимства19

Ивончик Д.В.

Предпосылки возникновения маркетинга в отечественном туристическом бизнесе21

Ивончик Д.В.

Рекламно-информационная деятельность отечественных предприятий индустрии туризма23

Каган О.Ф., Шарлан Д.И.

Проблемы и перспективы онлайн-бронирования в белорусском туризме26

Каган О.Ф., Гавдур А.А.

Использование информационных технологий в спортивно-рекреационном туризме29

Карчевская Е.Н.

Научно-методические подходы к территориальной организации и управлению туристским комплексом в Гомельской области30

Колодник Т.Д., Шостак Ю.Д., Кремень Ю.А., Чернявская Т.Г.

Этапы автоматизации туристической деятельности33

Ломянская Ю.А., Бессараб Д.А.

Потребительские предпочтения как факторы выбора туристического предприятия34

Мазур Н.В.

Роль санаторно-курортного комплекса в оздоровлении населения Республики Беларусь36

Новиков В.Н., Воробьева И.В.

О мировоззренческом аспекте туристической привлекательности Беларуси39

Сорока А.А., Черкасов И.А. К вопросу об экономической эффективности религиозного туризма в Республике Беларусь.....	42
Филипович И.В., Михеева Е.А. Миграционные процессы как фактор развития ностальгического туризма	44
Фоменок О.И. Национальные парки, заповедники Республики Беларусь как объекты размещения туристических комплексов	46
Фоменок О.И. Природные предпосылки развития туристических комплексов в Беларуси.....	50
Фурманов А.Г., Кашицкий Э.С., Романова О.В. Менеджмент санаторно-курортных и оздоровительных учреждений.....	52
Фынтынэ О.А. Причины банкротства туристических операторов в России	53
Цепелева А.Н. Рекреационные возможности агротуризма как составляющие качества жизни.....	54
Шакуто Н.О., Снаговский Е.А. Паспортно-визовые формальности в туризме.....	57
Штефан Л.В. Туристическая дестинация как объект управления	59
Штефан Л.В. Экологический туризм и его роль в устойчивом развитии территории	61

НАПРАВЛЕНИЕ 2. ИННОВАЦИОННЫЕ ТЕХНОЛОГИИ ФОРМИРОВАНИЯ И ПРОДВИЖЕНИЯ ТУРИСТИЧЕСКОГО ПРОДУКТА 65

Андреева Е.В., Пацалюк К. Разработка и внедрение технологии рекреационной деятельности боулинг-клубов	65
Атаев З.А. Автобусный тур: дальняя практика по меридиану	68
Атаев З.А. Опыт организации байдарочных экспедиций серии «Ока».....	71
Бессараб Д.А., Бессараб И.Н. Путешествие с натуралистом как форма природно-познавательного туризма в работе со школьниками.....	75
Vovnejko E.I. World heritage as a basis for tourism development	78
Воробьева И.В. Использование аромалогии в индустрии гостеприимства на примере ООО «Эвелин»	80
Воробьева И.В. Совершенствование PR-методов в комплексе продвижения услуг туроператора.....	83
Горбонос Е.Р., Микитчик О.С. Подготовка туристов-водников к походам II категории сложности.....	85
Грицкевич А.И., Конопляник Е.И. Перспективные направления туризма в весенний и летний периоды 2012 года.....	88
Дорошко Д.С., Хлюст Л.П. Организация проведения рекреационно-спортивных туристических соревнований (на примере приключенческой гонки)	91

Жарикова Н.А., Хлюст Л.П. Проблемы и перспективы агротуризма.....	93
Жданович Н.А. Современное состояние агроэкотуризма в Республике Беларусь и перспективы его развития.....	96
Золотухина Т.В. Развитие экологического туризма в Гомельском регионе как одно из направлений активного отдыха.....	98
Кобринский М.Е., Сакун Л.В. Методологические аспекты оценки инвестиционных проектов в индустрии туризма и гостеприимства	99
Котло С.А., Котло Е.Н. Физическая рекреация в сфере организации досуга населения Ставропольского края	102
Кравченко Н.В. Организация туристских слетов посредством интернета	104
Лелей Е.В. Национальная гастрономическая культура как элемент развития туристического потенциала Беларуси	105
Мартинчик А.И. Кладоискательство как вид приключенческого туризма.....	107
Нагорный М.А. Обоснование спецкурса «Геологические объекты Беларуси в туристско-экскурсионной деятельности»	110
Паращенко В.В. Формирование благоприятного имиджа туристской организации «ЦентрКурорт» на примере PR-кампании.....	112
Подлиских В.Е., Белая Е.А., Соболев М.В., Ботян А.С. Оценка качества дистанции учебно-контрольных соревнований по технике поисково-спасательных работ в туризме	114
Потапенко Е.А. Анализ деятельности туристических предприятий по формированию и внедрению туров на рынок и пути ее совершенствования	117
Протасевич И.П. Особо охраняемые природные территории – основа развития экологического туризма в Республике Беларусь (на примере Республиканского биологического заказника «Споровский»).....	119
Протасевич И.П. Эколого-просветительские центры как материальная и информационная база для развития экологического туризма (на примере заказника «Споровский»).....	122
Рустамова М.Т., Надольская К.Т. Анализ некоторых аспектов деятельности туристической фирмы «Галар-экспо» по организации автобусных туров в Европу	124
Рустамова М.Т., Римарева Е.В. «Белавиа» как субъект туристических перевозок.....	125
Соболев М.В. Разработка маршрута экологического похода по территории ландшафтного заказника «Красный бор» для формирования специализированного туристского продукта.....	127
Томилин К.Г., Мазур В.В. Шоу-менеджмент: оздоровительные воздействия на курорте с использованием водных видов рекреации....	130
Томилин К.Г. Стратегический менеджмент: модель лечебно-оздоровительных технологий для курорта Сочи.....	132
Черникович А.А., Фурманов А.Г. Скандинавская ходьба как оздоровительная услуга физической рекреации в санатории «Белорусочка».....	134

Щура О.В. Городская экскурсия: поиск новых идей	136
Якуш Н., Снаговский Е.А., Николайчик Т.А. Основные тенденции развития агроэкотуризма в Республике Беларусь.....	138
Яротов А.Е., Мирончик П.В., Ситчук А.В., Старикова С.А., Шундрик М.В., Юракова А.Д. Историко-культурное и природное наследие Быховского района как основа для развития агроэкотуризма...	139
Яротов А.Е., Старикова С.А., Ковалевский А. Историко-культурное и природное наследие Мозырского района как основа для развития агроэкотуризма	141

НАПРАВЛЕНИЕ 3. АКТУАЛЬНЫЕ ПРОБЛЕМЫ НЕПРЕРЫВНОГО ОБРАЗОВАНИЯ СПЕЦИАЛИСТОВ СФЕРЫ ТУРИЗМА, ГОСТЕПРИИМСТВА, РЕКРЕАЦИИ И ЭКСКУРСОВЕДЕНИЯ

Гусарова О.А., Фурманов А.Г., Романова О.В. Формирование профессиональных умений и навыков у студентов, специализирующихся в области туризма.....	144
Есипова С.А. Система непрерывного образования специалистов индустрии туризма.....	147
Котко А.Н. Психологическая компетентность будущих специалистов сферы туризма и гостеприимства	148
Котко А.Н. Профессиональная самореализация личности будущих специалистов в сфере туризма.....	151
Котко А.Н., Бородавко С.И. Теория и практика проектного обучения	154
Нехтерова В.Е., Мечковская О.А. Актуальные направления развития непрерывного образования в туризме.....	157
Подлиских В.Е., Ботян А.С., Белая Е.А., Дикусар Е.А. Анализ уровня подготовленности студентов туристского профиля образования в технике ориентирования на местности	159
Разуванов В.М., Сакун Л.В. Менеджмент инновационных проектов как составляющая подготовки магистров в сфере туризма и гостеприимства	163
Романова О.В. Профессиографическая характеристика двигательной деятельности специалистов сферы туризма и гостеприимства	165
Романова О.В., Комар Е.Б., Ковалев Т.Т. Проблемы и направления современного образования в сфере туризма.....	167
Соловей Т.А. Роль иностранных языков в развитии международного туризма и межкультурных коммуникаций	169
Строганов А.И. Роль вербального общения в туристическом бизнесе	170
Филипович И.В. Формирование культурологической компетентности студентов специальности «Туризм и гостеприимство».....	172
Филипович И.В. Проектная деятельность студентов как средство активизации учебной деятельности	174

Фильгина Е.В., Котко А.Н.

Теоретико-практические основы самостоятельной работы студентов в образовательном процессе
Института туризма 176

Фильгина Е.В., Михайлова О.Н.

Проблемы и перспективы интеграции среднего специального и высшего образования
по специальности «Туризм и гостеприимство» 179

Фурманов А.Г., Кузьмина Л.И.

Направленность и содержание типовой учебной программы по учебной дисциплине
«Теория и методика физического воспитания» для обучения студентов по специальности 1-03 02 01
«Физическая культура» 181

Храмов В.В., Зайко Е.Л.

Методика применения электронного средства обучения на занятиях по туризму 183

Шимова О.С.

Образование для устойчивого развития в системе подготовки специалистов сферы туризма 185

Янковенко В.А.

Результаты мониторинга потребности туристической отрасли в компетентности специалистов 186

Научное издание

**МЕЖДУНАРОДНАЯ НАУЧНО-ПРАКТИЧЕСКАЯ
КОНФЕРЕНЦИЯ ПО ПРОБЛЕМАМ ФИЗИЧЕСКОЙ
КУЛЬТУРЫ И СПОРТА ГОСУДАРСТВ – УЧАСТНИКОВ
СОДРУЖЕСТВА НЕЗАВИСИМЫХ ГОСУДАРСТВ**

Материалы Международной научно-практической конференции

(Минск, 23–24 мая 2012 г.)

В четырех частях

Часть 4

**СОВРЕМЕННЫЕ ТЕХНОЛОГИИ
В СФЕРЕ ТУРИЗМА, ГОСТЕПРИИМСТВА,
РЕКРЕАЦИИ И ЭКСКУРСОВЕДЕНИЯ**

Компьютерная верстка *Т. Г. Данилевич, И. О. Зубченко*
Корректоры *Н. С. Геращенко, А. А. Лавровская*

Подписано в печать 15.05.2012. Формат 60 × 84¹/₈. Бумага офсетная.
Ризография. Усл. печ. л. 22,44. Уч.-изд. л. 20,57. Тираж 100 экз. Заказ 47.

Издатель и полиграфическое исполнение:
учреждение образования
«Белорусский государственный университет физической культуры».
ЛИ № 02330/0548582 от 09.07.2009.
ЛП № 02330/0552705 от 30.07.2009.
Пр. Победителей, 105, 220020, Минск.